



**Paula Alexandra
da Costa Granja**

**Recriação Histórica: *Viagem Medieval em Terra de
Santa Maria***



Universidade de Aveiro
2013

Departamento de Economia, Gestão e Engenharia
Industrial

**Paula Alexandra
da Costa Granja**

Recriação Histórica: *Viagem Medieval em Terra de Santa Maria*

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo realizada sob a orientação científica do Doutor Nuno Rosmaninho, Professor Auxiliar do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro

à minha família e ao meu orientador.

a todos aqueles que de uma forma anónima contribuíram para este estudo.

o júri

presidente

Prof^a. Dr^a. Zélia Maria de Jesus Breda.
professora auxiliar convidada da Universidade de Aveiro

Prof^a. Dr^a. Elisabete Maria Melo Figueiredo
professora auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof. Dr. António Nuno Rosmaninho Rolo
professor auxiliar da Universidade de Aveiro

agradecimentos

À minha família pelo apoio no desenvolvimento desta tese.

Ao meu orientador professor doutor Nuno Rosmaninho pela disponibilidade e acompanhamento dispensado.

Aos responsáveis da Feiraviva, em particular, o Dr. Paulo Pais pelo seu contributo.

palavras-chave

Interpretação, Património, Feiras, História ao Vivo, Eventos, Autenticidade.

resumo

O presente estudo visa analisar o caso específico da *Viagem Medieval em Terra de Santa Maria*. Um exemplo de recriação histórica que mobiliza grande parte das colectividades locais e cuja dimensão e rigor histórico têm lugar de destaque.

Neste sentido, procura-se aferir o êxito deste evento que se renova a cada nova edição e o seu contributo para o desenvolvimento turístico do concelho.

keywords

Interpretation, Heritage, Fairs, Living History, Events, Authenticity.

abstract

The present study seeks to analyze the particularly case of the *Viagem Medieval em Terra de Santa Maria*. An example of historical re-enactment that mobilizes a large part of local communities and which size and historical accuracy have a prominent place.

In this sense tries to gauge the success of the event which is renewed with each new edition and its contribution to the touristic development of the council.

Índice

Introdução.....	17
1. Caracterização de <i>Heritage Tourism</i>.....	18
1.1. Significado Social e Perspectivas.....	18
1.2. Processo de Conservação do Passado.....	19
1.3. Interpretação vs Autenticidade.....	21
2. Festivais e Outros Eventos Especiais.....	26
2.1. Conceitos e Tipologias.....	26
2.2. Características e Motivações dos Visitantes.....	29
2.3. Organização e Comunicação.....	31
2.4. Potenciais Impactes	34
3. Contextualização da Recriação Histórica.....	43
3.1. Técnica <i>Living History</i>	43
3.2. Projectos de História ao Vivo.....	46
3.3. Educação Patrimonial.....	50
4. Análise da Recriação Histórica na <i>Viagem Medieval em Terra de Santa Maria</i>..	53
4.1. Enquadramento Histórico.....	53
4.2. Processo de Organização.....	58
4.3. Aplicação ao Estudo de Caso.....	61
4.4. Análise SWOT da Viagem.....	66
Considerações Finais.....	69
Bibliografia.....	72
Anexos.....	74
Anexo I – Entrevista ao Responsável pela Organização da Viagem Medieval.....	75
Anexo II – Regulamento de Participação para a Exploração de Espaços.....	77

Índice de Tabelas

Tabela I – Análise SWOT.....	66
------------------------------	----

Introdução

Em Portugal, sobretudo na década de 90, em vários pontos do país e com relevo especial em Santa Maria da Feira, as recriações históricas têm vindo a proliferar, assim como a sua qualidade e rigor histórico. Estas recriações de momentos históricos têm assumido diversas designações, podendo retratar feiras, torneios e justas, ceias, desfiles, autos de fé, entre outros. Neste sentido, o estudo apresentado baseia-se no caso particular da *Viagem Medieval em Terra de Santa Maria*, que se destaca pelo seu rigor histórico, pela sua dimensão e, também, por se encontrar enraizada nas colectividades locais.

A principal finalidade deste estudo é demonstrar a importância da recriação histórica em termos turísticos para o desenvolvimento deste concelho, procurando analisar o sucesso deste evento e a sua sustentabilidade.

Objectivos

O estudo da *Viagem Medieval em Terra de Santa Maria* foi desenvolvido tendo em vista a concretização dos seguintes objectivos: avaliar a importância deste evento em termos turísticos para o desenvolvimento do concelho; analisar as causas do sucesso do evento; analisar a recriação histórica como instrumento de interpretação de um processo diferente de aprendizagem, revitalizando o estudo da história; e analisar este evento como forma de dinamização do património e renovação da cultura.

Metodologia

Na elaboração deste estudo procedeu-se numa primeira fase a uma consulta bibliográfica a fim de adquirir informação sobre a caracterização de eventos, interpretação do património e contextualização da recriação histórica, assim como outros temas associados ao caso particular da *Viagem Medieval em Terra de Santa Maria*.

Numa fase posterior, surgiu a necessidade de obter informações junto das entidades organizadoras envolvidas directamente no processo de reconstituição. Numa etapa seguinte, a elaboração de uma análise SWOT do evento e respectivas conclusões.

Numa última etapa, procedeu-se à análise final e reorientação da informação recolhida com a definição de algumas recomendações, de forma a elaborar a presente dissertação.

1. Caracterização de *Turismo Patrimonial*

1.1. Significado Social e Perspectivas

Segundo Hardy (1988), herança patrimonial está ligada ao passado, representa uma herança que deve ser passada às gerações presentes e futuras, ambas em termos de tradições culturais e artefactos físicos. Muitos autores afirmam que são os elementos do passado que uma sociedade deseja que permaneçam. Nem toda a herança patrimonial é o que a sociedade valoriza; o que é desejável manter são escolhas do passado. Isto pode ser intencional, mas a sociedade filtra o património através de um sistema de valores que indubitavelmente muda com o decorrer do tempo, do espaço e da sociedade (Timothy; Boyd, 2003). Neste contexto, Fowler (1989) afirma que “o passado por si mesmo, mas talvez não a parte a que chamamos *heritage*, é emocionalmente neutro. Não é entusiasmante nem monótono, bom ou mau, merecedor ou não, sem a nossa intercessão” (Timothy; Boyd, 2003: 2,3). Estes elementos do passado só “têm valor porque representam o passado no futuro” (Uzell, 1992: 17).

Ashworth e Tunbridge (1999) definem património como o “uso contemporâneo do passado... a interpretação do passado na história, os edifícios e artefactos sobreviventes e as memórias colectivas e individuais que vão dar resposta às necessidades actuais que incluem a identificação de indivíduos com entidades sociais, étnicas, territoriais e a provisão de recursos económicos” (Timothy; Boyd, 2003: 3).

O património pode ser classificado como: recursos tangíveis imóveis (edifícios, rios, áreas naturais); recursos tangíveis móveis (objectos em museus, documentos em arquivos); ou intangíveis como valores, costumes, cerimónias, modos de vida e experiências como festivais e eventos culturais (Timothy; Boyd, 2003).

O património pode também ser classificado de acordo com o tipo de atracção turística: património natural (áreas protegidas); património cultural (gastronomia e costumes); património construído (cidades históricas, catedrais, monumentos, castelos) e património industrial que inclui elementos do passado de uma região que influenciaram o seu crescimento e desenvolvimento (carvão, madeira e têxteis) (Timothy; Boyd, 2003).

Ashworth e Tunbridge (1996) defendem que o património pode assumir diferentes significados: sinónimo de qualquer relíquia do passado; produto de condições modernas que são atribuídas e influenciadas pelo passado; toda a produtividade cultural e artística produzida no passado ou presente; elementos do ambiente natural que são sobreviventes do passado, vistos como originais, típicos e apropriados a serem transmitidos a gerações futuras;

actividade reconhecida como indústria patrimonial que é baseada em serviços com uma componente patrimonial (Timothy; Boyd, 2003).

Hall e McArthur (1993) distinguem o património em quatro áreas: “económica (o património é preservado pelo valor que oferece em termos de despesa dos visitantes no local); social (refere-se à identidade individual e colectiva que os indivíduos e a sociedade têm como seu património, e em que a consciência social é muitas vezes o ímpeto para considerar a preservação como primeira instância); política (o simbolismo do património pode servir para fins políticos, pois reforça o que é conservado, como é contado e colocando os desejos dos proprietários privados do património em discordância com os interesses públicos e governamentais); científica (muitos parques nacionais e áreas protegidas podem conter ecossistemas importantes para a medicina e também providenciam habitats para espécies raras e em perigo). Esta última área é uma componente educativa do património, pois proporciona informação aos visitantes sobre a história viva, cultura, criando relações entre os visitantes e os residentes” (Timothy; Boyd, 2003: 12,13).

1.2. Processo de Conservação do Passado

Segundo Graham (2000), os “indivíduos no presente são criadores do património, e não apenas receptores passivos ou os seus transmissores, tal como o presente cria o património com vários propósitos contemporâneos” (Timothy; Boyd, 2003: 87). A sociedade, tem procurado preservar elementos do seu passado como recurso e atracção turística (Timothy; Boyd, 2003).

O termo ‘conservação’ tem sido utilizado em vários contextos e por vezes aparece como sinónimo de preservação. Apesar de muitos entendidos em conservação defendam que existe uma distinção clara entre eles (Timothy; Boyd, 2003). Pearce (1997) faz essa distinção afirmando que “conservação é habitualmente aceite como o uso adequado dos recursos, enquanto preservação significa simplesmente não usufruir desses mesmos recursos” (Timothy; Boyd, 2003: 87).

Uma definição de 1987, pela New Zeland Conservation Act defende que a conservação é “a preservação e protecção dos recursos naturais e históricos com a finalidade de manter os seus valores intrínsecos, providenciando a sua apreciação e diversão recreacional pelo público e salvaguardando as opções de futuras gerações” (Timothy; Boyd, 2003: 87). Embora existam várias interpretações de conservação, o denominador comum é a defesa dos recursos naturais e culturais (Timothy; Boyd, 2003).

“Recentemente, as sociedades ocidentais têm dado especial atenção ao passado, devido a motivos como: industrialização/modernização obtida através do conhecimento do passado, nacionalismo e nostalgia colectiva, ciência e educação, benefícios económicos, valor artístico, diversidade ambiental e/ou simplesmente porque o património tem, supostamente, algum valor funcional” (Timothy; Boyd, 2003: 88, 90).

Os tipos e perspectivas de conservação incluem: preservação, restauração, renovação, reforma urbana (regeneração). A preservação refere-se a uma situação em que a escolha é no sentido de manter o local no seu estado existente. (Timothy; Boyd, 2003). Segundo Pearson e Sullivan (1995), é apropriada “onde a significância cultural será diminuída pelo elevado grau de intervenção, onde o estado presente é ele mesmo significativo, onde existe informação insuficiente ou recursos para restaurar ou reconstruir o local ou onde existem, suficientemente, bons exemplos de restauração” (Timothy; Boyd, 2003: 94). Acrescentando que “existe um entusiasmo para ver o original, mesmo que esteja a desvanecer-se ou a desgastar-se, que a recriação ou restauração iriam prejudicar” (Timothy; Boyd, 2003: 94).

A restauração, significa que pode ser ou não possível o uso de novos materiais no processo (Timothy; Boyd, 2003). De acordo com Pearson e Sullivan (1995), “a restauração é apropriada só se existir uma suficiente evidência num estado inicial” (Timothy; Boyd, 2003: 95).

A renovação ou adaptação tem como técnica manter a fachada do edifício original, enquanto se modifica o interior. (Timothy; Boyd, 2003). Tem de se ter em consideração que nesta prática a “adaptação deve ser limitada ao que é essencial para estabelecer um uso compatível para o local” (Timothy; Boyd, 2003: 96).

A perspectiva da reforma urbana (regeneração) segundo Tiesdell et al. (1996) “deve incluir outras formas de revitalização como: física, económica e social. A revitalização física consiste em manter os edifícios e estradas em boas condições e reabilitar áreas, proporcionando um ambiente de conforto. A revitalização económica implica um crescimento económico, serviços adicionais, diversificando a base económica já existente e utilizando os edifícios. Por fim, a revitalização social implica criar um local que possa ser usado por residentes e turistas desfrutando de diferentes actividades (passeios, compras e convívio); devem ser locais vivos que exaltem um ambiente confortável e atractivo para visitar. Também significa que a taxa de crime poderá diminuir e a revitalização das infra-estruturas são traduzidas em espaços para viver e trabalhar” (Timothy; Boyd, 2003: 98).

O processo de conservação encontra-se dependente de diferentes circunstâncias e contextos. Mas, de acordo com Pearce (1997) e Pearson e Sullivan (1995), o processo de

conservação do património pode incluir algumas etapas, devendo ser depois adaptado às circunstâncias específicas (Timothy; Boyd, 2003):

Identificação do local ou objecto patrimonial: envolve localização, identificação e documentação do local em questão;

Pesquisa e inventário: identificação e classificação das várias características do local ou área a ser conservada; o que inclui pesquisa sobre importância histórica, ecológica ou arqueológica, a fim de descobrir o valor e extensão cultural do local; também são identificados obstáculos e oportunidades;

Estabelecimento de políticas: onde são estabelecidos os objectivos e estruturas institucionais baseados na importância cultural;

Designação e protecção: ocorre quando determinado local é merecedor de conservação com algum grau de protecção legal; incluindo patrocínios que podem apoiar e assegurar fundos;

Restauração e desenvolvimento: esta etapa dá ênfase às tarefas físicas como a restauração, renovação, desenvolvimento de infra-estruturas e facilidades para os visitantes; em muitos casos são estabelecidas medidas para estabilizar estruturas que estão em perigo e acções para prevenir uma possível deterioração;

Gestão e interpretação: esta fase final requer um compromisso a longo prazo para uma contínua monitorização e avaliação tendo em consideração a taxa de visitantes (Timothy, Boyd, 2003).

1.3. Interpretação vs Autenticidade

Segundo Tilden (1977), interpretação é a relação que o visitante adquire na sua experiência com determinado lugar ou objecto, o significado que lhe atribui e o enriquecimento pessoal que vivencia. Segundo Herbert, o papel da interpretação é consciencializar as pessoas sobre os locais que visitam, aumentar o seu conhecimento e promover interesse que conduza a uma responsabilização. Acrescentando que uma “boa interpretação irá valorizar o local aos olhos de quem o visita e essa valorização irá conduzir a uma maior convicção da necessidade de preservar e proteger” (Herbert, 1989: 91).

Este autor estabeleceu alguns princípios para a interpretação do património (Herbert, 1989):

1. Qualquer interpretação que não esteja de alguma maneira relacionada com a personalidade e experiência do visitante acabará extinta;
2. Informação não deve ser confundida com interpretação. A interpretação é uma revelação baseada na informação. Nem toda a interpretação inclui informação;
3. Interpretação é uma arte, que combina várias artes, sejam os materiais apresentados: científicos, históricos ou arquitectónicos;
4. O objectivo principal da interpretação não é a instrução mas a provocação;
5. Interpretação deve ter como objectivo apresentar o todo em vez da parte e deve ser dirigida a todas as pessoas;
6. Interpretação dirigida às crianças (até aos 12 anos) não deve ser diluída na apresentação aos adultos, mas deve seguir um caminho diferente. É necessário ter em consideração que as crianças têm menos experiências e a interpretação deve ter em atenção o facto de providenciar esses novos conhecimentos.

Estes princípios devem, de uma forma geral, ser aplicados a todas as estratégias de interpretação. Os objectivos podem variar de acordo com as características específicas do local. Mas, alguns deles são típicos da maioria das formas de interpretação.

As finalidades são de uma forma geral: educar, informar, realçar, entreter e gerir. O primeiro objectivo é mais específico para elevados grupos de interesse como historiadores locais e arqueólogos e é mais geral para as crianças que podem visitar os locais históricos como uma parte do processo de aprendizagem. Compreende factos básicos como para quem foi construído um castelo, quando e por que motivos foi construído. É por isso necessário ter em conta as práticas pedagógicas adequadas ao tipo de audiência (Herbert, 1989).

A informação está relacionada com o facto de muitos visitantes estarem dispostos a adquirir algumas informações de uma forma informal. Os visitantes usam o tempo de lazer e são esporádicos nas suas visitas. Muitos visitantes pretendem ser informados, apesar de estarem mais orientados para o lazer.

A finalidade de realçar o prazer da visita está direccionada para o contexto do lazer. Pode facilitar a visita, torná-la mais confortável. A interpretação pode acrescentar o prazer da visita porque move a imaginação e afecta as emoções; o visitante pode deixar o local com a sensação de bem-estar e, assim, o prazer teria sido realçado através das exposições.

O entretenimento como puro lazer é mais evidente nos centros de visitantes, centros históricos, exposições temáticas, recreações com modelos elaborados de efeitos de som e luz.

Eventos e representações são capazes de atrair um largo número de visitantes. Há uma necessidade de significado histórico de um local que deve permanecer diferente de alguns parques temáticos que são desenvolvidos com o objectivo de puro entretenimento (Herbert, 1989).

Por fim, a crescente tendência para usar a interpretação com fins de gestão. Por exemplo, o movimento de visitantes pode ser controlado por sinais ou barreiras, de forma a evitar congestionamento ou para deixar pessoas fora de áreas sensíveis, e trazer visitantes para pontos significativos de interesse que de outra forma poderiam perder. Tal como acontece no caso em estudo em que são criadas áreas específicas para o estacionamento, restauração, animação, entre outras. O que induz o público a deslocar-se e concentrar-se em locais estratégicos e, por outro lado, minimizar possíveis contratempos. A interpretação como instrumento organizacional pode ser usada para ‘mensagens’ que os organizadores querem que os visitantes recebam (como mensagens sobre a necessidade de preservação, ou a necessidade de mais fundos). Podem existir diferentes tipos de mensagens para turistas e visitantes locais. Para os turistas o objectivo é promocional com o encorajamento de visita a locais históricos, para os locais está mais relacionado com a criação de um sentido de responsabilidade comum de património regional (Herbert, 1989).

Os métodos de interpretação são diversificados e incluem: exposições, publicações, guias, murais, posters, artefactos, vídeos, fotografias, mapas, representações teatrais, *living history*, festas e eventos, painéis informativos, ateliers, visitas guiadas, itinerários temáticos, entre outros.

A autenticidade é central para o património como produto em exibição, como recriações do passado de uma região em termos de paisagem construída e cultural. De acordo com Ashworth e Tunbridge (2000) existem muitos tipos de autenticidade associada a um objecto, edifício ou local particular (ex: material, função, conceito, história, contexto).

A autenticidade é definida como “um fenómeno subjectivo, criado por experiências pessoais, influências culturais e história nacional. Alguns autores defendem que, de uma forma geral, normalmente a história é contada pela perspectiva dos vencedores e não pela perspectiva dos derrotados” (Timothy; Boyd, 2003: 247).

De acordo com a UNESCO, o significado de autenticidade varia de acordo com as culturas e depende de vários contextos e fontes de informação. Segundo Swarbrooke (1994), parte do dilema da autenticidade é se as ruínas antigas devem permanecer ruínas ou reconstruídas para parecer o mais aproximadamente possível com o que eram no passado. O que para muitos deve ser mantido na sua forma antiga, significando uma maior valorização e

na crença que os objectos vieram de um passado remoto. Mas, Lowentall (1975) afirma que “porque sentimos que as coisas antigas devem parecer antigas, podemos esquecer que originalmente pareciam novas” (Timothy; Boyd, 2003: 248). Considero que este autor coloca uma questão importante. Contudo é de sublinhar que, do ponto de vista cultural e histórico, o valor artístico e humano desse património que perdura na sua forma original até aos dias de hoje é imensurável e qualquer tentativa de o alterar seria defraudar o seu significado.

Greenwood (1989), a propósito de uma importante comemoração da história local, a celebração Alarde, afirma que a “participação dos turistas nos rituais faz com que desapareça o seu sentido, destrua a autenticidade, reduzindo a cultura local a uma demonstração pública” (Timothy; Boyd, 2003: 243, 244).

Segundo Moscardo e Pearce (1986), “para os turistas a autenticidade é um aspecto importante dos locais históricos e apela a que os visitem” (Timothy; Boyd, 2003: 239). A satisfação do visitante é determinada pelas suas percepções de que a experiência foi real ou autêntica. Herbert (1995) acrescenta que “alguns visitantes estão extremamente interessados na autenticidade dos locais e poderão ficar desapontados se não forem ‘reais’” (Timothy; Boyd, 2003: 239).

Cohen (1979) propôs uma tipologia de situações em relação a experiências turísticas autênticas. “O primeiro tipo é a ‘experiência autêntica’, a situação é objectivamente real e é aceite pelos turistas como real. A segunda é designada por ‘autenticidade representada’. Nesta situação é posta em cena ou representada para os turistas, mas estes são incapazes de a distinguir da realidade. O terceiro tipo é a ‘negação de autenticidade’, onde apesar de uma cena ser apresentada como genuína os turistas questionam a sua autenticidade. O último tipo é a ‘autenticidade projectada’. Nesta situação, o evento ou local não é autêntico e apresentado e percebido como tal para os turistas. O autor acrescenta que este modelo permite que com o decorrer do tempo a situação um possa tornar-se na situação dois, e a dois tornar-se-á na situação quatro” (Timothy; Boyd, 2003: 241).

A interpretação tem um papel importante no processo de aprendizagem dos visitantes. Não só educa e entretém, mas também conduz a princípios de conservação e sustentabilidade. A ideia de que muitas vezes estes turistas são pessoas mais orientadas para a educação, e que preferem aprender através destas experiências pode não corresponder à maioria dos visitantes.

Na teoria, a interpretação deve formar uma parte importante das atracções do património, mas na realidade é necessário adoptar uma aproximação flexível, relativamente, à importância dos objectivos do local.

Em relação à autenticidade, um forte argumento é que a sua existência ou ausência afecta as experiências dos turistas. Existe uma pressão para que os organizadores criem ambientes autênticos. Mas uma realidade completa é simplesmente irreal e impossível. Talvez por isso seja cada vez mais importante que os organizadores procurem ser autênticos tanto quanto possível, dentro dos limites da lógica e providenciando experiências satisfatórias aos visitantes (Timothy; Boyd, 2003).

2. Festivais e Outros Eventos Especiais

2.1. Conceitos e Tipologias

Um evento pode ser simplesmente definido como “algo que acontece e que se distingue de algo já existente” ou “uma ocorrência, de especial importância” (Watt, 1992: 2). Os eventos são extremamente diversos e podem englobar, por exemplo, performances artísticas, festivais, exposições, festas, competições, torneios, jogos, galas, *open days*, representações teatrais, paradas, viagens históricas, entre outros (Watt, 1994, 1998).

A área abrangida pelos eventos é tão vasta que é impossível referir todas as possibilidades. Em qualquer caso, existem sempre indivíduos que constantemente criam novos projectos. É importante reconhecer esta diversidade e tratar todos os eventos como diferentes, pois é possível identificar para cada um deles diferentes características e exigências. Considerar cada “aventura” como a mesma é contraproducente e pode conduzir a uma pobre organização, por não serem considerados todos os factores relevantes (Getz, 1991).

Cada evento é único, e é importante identificar as suas diferenças e implicações. Existem alguns factores que determinam os eventos, tais como: localização geográfica, tamanho e idade da população residente, número de organizações voluntárias que participam no evento, participação da comunidade, capacidade dos organizadores e recursos disponíveis. Caso se trate de um projecto mais complexo, podem surgir mais particularidades. É necessário reconhecer cada projecto como uma figura única. A importância de um evento não deve ser traduzida somente pelo seu impacto a nível local ou internacional, ou simplesmente pelo número de elementos que o integram, apesar destes elementos afectarem de várias formas um evento. Eventos como festivais e feiras em pequenas localidades podem ter uma grande importância económica e social para a região (Hall, 1992).

Os recursos financeiros são necessários para todos os eventos, mas a sua importância varia consoante a natureza do evento. A atenção dos media e o seu acompanhamento variam significativamente, tal como os patrocínios e outros factores (Getz, 1991). A complexidade não deve afectar a necessidade de idealizar o evento, mas poderá fazer variar a quantidade de tempo, de pessoal e o compromisso requerido. Quanto maior for o evento, maior terá de ser a certeza de possuir recursos financeiros e outros, que permitam a realização do evento.

Falassi (1987) sintetizou os festivais agrupando-os da seguinte forma:

1. Celebração sagrada ou profana, marcada por características especiais
2. Celebração anual de uma personalidade notável ou evento

3. Evento cultural que engloba uma série de actividades de arte ou outras
4. Feira
5. Satisfação, convívio e alegria

A raiz de todos os festivais é a manifestação e celebração pública e os temas dos festivais são determinados, na sua maioria, por referências a valores culturais. Falassi acrescenta que “a função social e o significado simbólico do festival estão relacionados com valores que a comunidade reconhece como essenciais para a sua ideologia, identidade social, continuidade histórica e sobrevivência física” (Getz, 1991: 53).

A distinção entre os termos sagrado e profano é usada nas celebrações. A distinção é essencialmente utilizada entre eventos de significado religioso e o profano. Mais recentemente, no entanto, surge a ideia de que o sagrado e o profano não são necessariamente contrários.

Pieper (1973) considera que um festival é sinónimo de uma interpretação e enaltece o sagrado e lamenta o profano. Considerando, ainda, que através do festival “apercebemo-nos das diferentes realidades e perspectivas do mundo” (Getz, 1991: 54). Pressuponho que o autor considera a celebração religiosa como um festival dos sentidos, isto é, a envolvência espiritual é que lhe atribuí um verdadeiro significado. Festivais tradicionais, eventos religiosos, acontecimentos históricos e atributos culturais são comuns, mas os que envolvem misticismo têm sido ultrapassados por numerosos eventos com a conotação de profanos.

As comunidades que não possuem festivais antigos normalmente criam-nos com o propósito de estabelecer tradições, associando um sentido de raízes e uma identidade. É necessário encontrar uma definição que sumarie a essência da generalidade dos festivais, independentemente do seu tema e significados, e que os distinga de outros eventos.

Na base de todos os festivais existe uma celebração pública, independentemente da natureza sagrada e profana, que inclui rituais e comemorações. Todos os festivais têm significado social e cultural. Todos têm um tema, mesmo que por vezes seja ocultado (Getz, 1991).

Festival pode ser definido como uma “celebração temática e pública” (Getz, 1991: 54). As diferenças principais entre festivais e eventos especiais não são sempre perceptíveis. Existe uma crescente tendência para que todos os tipos de eventos apresentem uma natureza mais festiva (Getz, 1991).

Falassi (1987) refere-se a “satisfação, convívio e alegria” para descrever o carácter emocional de uma celebração. Pieper (1973) realça a “alegria, libertação e afirmação”. E

Abrahams (1987) afirma que “as celebrações são experiências em que as pessoas preparam e antecipam o que vão fazer e sentir”, com abertura, divertimento e bom humor como elementos centrais (Getz, 1991: 55).

Falassi (1987) afirma que as feiras têm uma longa tradição como exposições periódicas e mercados. Abrahams (1987) sugere que na sociedade moderna e urbana as feiras e festivais tornaram-se quase sinónimos (Getz, 1991).

A opção de levar um evento especial de artes e teatro às pessoas e procurar fazê-lo em parques ou outros locais públicos têm a finalidade de criar uma atmosfera apelativa para os festivais. No entanto, Reynolds (1987) afirma que apesar de as artes representarem um papel significativo no desenvolvimento do festival, o festival não se pode esgotar nessa área. As artes e a música são um complemento, contudo o festival não pode ser limitado por elas. Se o carácter de um festival for a música é natural que esse seja o enfoque principal, assim como num festival gastronómico de uma determinada região, a música passe para um plano secundário.

Reynolds acrescenta que muitos festivais de artes têm sido comercializados meramente para atrair grandes audiências, remetendo para o “esquecimento” os locais de arte e exposições que não possuem grande projecção. Este autor acrescenta ainda que a “standardização resulta num virtual desaparecimento da ideia de possibilidade de ir ao encontro do inesperado” (Getz, 1991: 56). A massificação com vista a atingir o maior número de pessoas e lucro rápido deixa pouco espaço à inovação e originalidade. Por vezes, surgem pequenos projectos emergentes cujo objectivo principal não é o sucesso imediato mas inquietar as consciências e esse “passa-a-palavra” entre as pessoas é a melhor promoção.

Farber (1983) afirma que os “festivais e eventos podem revelar a vida simbólica, económica, social e política de uma comunidade, uma vez que criam ligações entre indivíduos ou grupos numa comunidade e entre a comunidade e o mundo” (Getz, 1991: 56).

A imagem e o simbolismo que reflecte a cultura local tem como objectivo representar a comunidade e a autenticidade pressupõe a participação da comunidade na organização, staff e na performance, com vista ao desenvolvimento de um evento único e especial (Getz, 1991).

2.2. Características e Motivações dos Visitantes

Segundo Mathieson e Wall (1990), o perfil do turista pode ser dividido em duas categorias: características sócio-económicas e características comportamentais. A primeira categoria inclui a idade, educação, rendimento e experiências anteriores que influenciam atitudes, percepções, motivações e decisões finais. Regra geral, indivíduos com menores recursos económicos tendem a não procurar viagens que envolvam voos de primeira classe, hotéis e restaurantes dispendiosos, em detrimento daqueles que têm maior poder económico. As relações entre as variáveis sócio-económicas e a participação em recreação e viagens apesar de serem abordadas na literatura, não explicam o comportamento recreacional. Sendo difícil prever o que as pessoas vão escolher meramente através da análise das características sócio-económicas (Mathieson; Wall, 1990).

As características comportamentais incluem as motivações, atitudes e valores dos turistas que são de uma importância crucial para a contribuição do seu processo de decisão. As motivações para viajar estão relacionadas com as expectativas, necessidades e desejos, o que define a personalidade do turista e perfil sócio-económico. Estas variáveis dizem respeito às necessidades, motivações, conhecimento da viagem e atitudes. Na primeira variável, a necessidade de um indivíduo é uma condição interna que surge da falta de algo, que se estivesse presente tenderia a melhorar o bem-estar desse indivíduo. As necessidades podem ser de ordem emocional, espiritual ou física. Colectivamente, são determinantes na motivação do visitante. A necessidade individual de mudança, novas experiências, aventura ou apreciação estética podem ser satisfeitas pela viagem e actividade do turista.

Na segunda variável, a questão do motivo pelo qual as pessoas viajam foi pouco abordado até à pesquisa de Lundberg, Mercer e McIntosh. Wahab (1975) descreve as motivações das viagens como “um dos temas mais básicos e indispensáveis no estudo do turismo. Ignorando-o ou dando pouca importância pode pôr em causa todo o fim que está na base do plano do desenvolvimento do turista” (Mathieson; Wall, 1990: 29). Inicialmente, as pessoas viajavam por razões que eram mais facilmente identificáveis do que aquelas que induzem actualmente os turistas a viajar. Estas razões incluíam a “procura de comida, água, abrigo, maior valorização económica e territorial e devoção religiosa. Poucas pessoas viajavam por puro prazer” (Mathieson; Wall, 1990: 29). Os turistas actuais viajam, essencialmente, por prazer mas podem, também, fazê-lo por um grande número de razões secundárias. Estas consistem em factores “push” como o desejo de escapar à rotina diária, ao ambiente de trabalho, à poluição e tráfego e, também, em factores “pull” como as atracções no local de destino, visitas a familiares e amigos ou para ver ou praticar desporto.

Segundo McIntosh (1977), as motivações dos turistas podem dividir-se nas seguintes categorias motivacionais:

Motivações físicas: repouso do corpo e da mente; por motivos de saúde; para prática de desportos e por prazer (divertimento, excitação, romance, entretenimento e compras);

Motivações culturais: conhecer outras culturas, pessoas e locais; interesse em arte, música, arquitectura e folclore; interesse em locais históricos (relíquias, monumentos, igrejas) e experimentar eventos internacionais e nacionais específicos (como os jogos olímpicos);

Motivações pessoais: visitar familiares e amigos; conhecer pessoas e procurar novas experiências em diversos ambientes; fugir do ambiente social próprio (desejo de mudança); excitação pessoal na realização da viagem e visitar pessoas e locais por motivos espirituais (como as peregrinações);

Motivações de prestígio e status: Procura de *hobbies*; continuação de estudos ou aprendizagens; procura de contactos comerciais e objectivos profissionais; conferências e seminários; satisfação do ego, moda e desejo de reconhecimento (Cooper, 2001; Mathieson e Wall, 1990).

Um grande número de pesquisadores tentou classificar as motivações dos turistas. Contudo, existe alguma divergência relativamente ao significado de cada componente motivacional. Thomas (1964) listou dezoito factores e Lundberg (1972) reuniu vinte. Ambos autores incluem os atributos das personalidades dos turistas e dos sistemas de valores pessoais. Gray (1970) criou uma categorização, em que dicotomizou as motivações da viagem no que ele designou por *sunlust* ou *wanderlust*. A primeira refere-se à procura de locais que contenham melhores ou diferentes *amenities* às que estão disponíveis no local de residência. A segunda diz respeito à experiência de ver novos locais, conhecer novas pessoas e encontrar novas e diferentes actividades (Mathieson e Wall, 1990).

Crompton e McKay (1997) sugerem sete categorias motivacionais; novidade (novas experiências e emoções); socialização (desenvolvimento de relações); prestígio/status (desejo de alcançar determinado nível de reputação); repouso/relaxamento (recuperar energia do quotidiano); valor educacional/enriquecimento (aumentar os seus conhecimentos); reforço do parentesco e das relações/família (sedimentar relações familiares e de amigos); regressão (desejo de encontrar o “eu” da juventude) (Cunha, 2013).

A variável do conhecimento da viagem está relacionada com o facto de os potenciais turistas poderem ser motivados a viajar mas, para isso, devem ter acesso a todas as oportunidades e meios disponíveis para a concretização da viagem. O conhecimento dos destinos,

facilidades e serviços dependem da eficácia da informação e credibilidade da sua fonte. A informação do produto turístico é transmitida aos potenciais turistas através de fontes formais (revistas, brochuras de viagens, promoção nos media e intermediários de viagens) ou informais (comentários obtidos junto de familiares e amigos ou outros viajantes) (Mathieson e Wall, 1990).

Nolan (1976) afirma que a informação da viagem recebida por familiares e amigos é a mais informativa, mas com menor credibilidade. A imagem do turista ou impressão é a evocação da informação recebida e da interpretação através das características pessoais e comportamentais do turista. Lawson e Baud-Bovy (1977) definem a imagem como “uma expressão do conhecimento objectivo, impressões, influências, imaginações e pensamentos emocionais que um indivíduo ou grupo têm de um objecto ou local particular” (Mathieson e Wall, 1990: 31). Mayo (1973), afirma que mais importante do que a imagem real ou não de um destino é a imagem que existe na mente do turista (Cooper, 2001).

Por fim, segundo Murphy (1975) a variável das atitudes refere-se às indicações dadas pelos turistas sobre tudo aquilo que envolve a viagem (atracções e locais a visitar). As atitudes são componentes importantes na motivação da viagem. Estas reflectem a experiência passada de acordo com Neulinger e Breit (1971). A combinação das características da viagem e os recursos do destino constituem a base da informação em que as decisões dizem respeito aos destinos, modos de viagem e actividades (Mathieson e Wall, 1990).

Após o regresso da viagem, os turistas avaliam de uma forma global a sua experiência determinando posteriormente a decisão da viagem, quer seja para o mesmo ou outro destino. “Estas decisões e o comportamento resultante dão origem aos impactes nas áreas de destino” (Mathieson e Wall, 1990: 33).

2.3. Organização e Comunicação

A organização de um evento implica determinar as actividades por meio das quais serão atingidos os objectivos finais; a junção dessas actividades em estruturas relevantes; e alcançar os objectivos, através de grupos e indivíduos adequados.

As organizações providenciam uma base em que os indivíduos podem cooperar juntos para alcançar o que não conseguiriam de forma individual. A organização é o instrumento utilizado para que os ideais e as metas sejam tornados realidade (Watt, 1992, 1998).

A organização deve conduzir a sinergias, no sentido do esforço do grupo ser maior que a soma das partes. As estruturas organizacionais envolvem indivíduos, sendo o desenvolvi-

mento de relações de trabalho de uma importância central, bem como a definição dos papéis de cada um, as tarefas que serão desenvolvidas e a estrutura da organização.

O sistema organizacional a ser implementado requer flexibilidade e capacidade de reagir a circunstâncias de mudança que poderão surgir. Para construir uma estrutura organizacional é necessário (Watt, 1992; 1998):

- Definir metas e objectivos;
- Analisar a situação de *background* (ambiente externo e interno) em que o evento terá de ser desenvolvido;
- Fazer uma listagem de todas as tarefas que é necessário levar a cabo;
- Agrupar as tarefas que estão relacionadas;
- Estabelecer ligações entre esses grupos de tarefas;
- Assegurar que todos os que estão envolvidos no evento compreendam os respectivos papéis;
- Identificar possíveis linhas de comunicação entre os vários grupos.

A importância de um bom trabalho numa organização é especialmente notada quando implica lidar com grupos de voluntários do *staff* do evento.

O tamanho da estrutura da organização depende do nível, complexidade e natureza exacta do evento. Contudo, é importante que não seja desnecessariamente complicada. É igualmente vital assegurar que todos os que estão envolvidos têm conhecimento de quem é o seu “superior”, ou “subordinado” dentro da organização (Watt, 1992: 26).

Existem inúmeras estruturas organizacionais, mas o importante é que a escolhida seja a adequada para o evento em questão. É de salientar que a estrutura pode ser formalizada num organograma, mas isso não implica que seja rígida e incapaz de ser modificada.

Depois de estabelecer a estrutura que melhor se adequa ao evento, é necessário que estejam bem delineadas as tarefas que têm que ser desempenhadas e os respectivos responsáveis. Esta divisão de tarefas é necessária a qualquer delegação organizacional, assim como às sub-delegações e a todos os elementos que a compõem (seja ou não de cariz voluntário). Ninguém deve ser envolvido sem um trabalho específico e sem um claro entendimento da tarefa que está destinada a cada um. Saber delegar é fundamental para o sucesso de qualquer evento, maximizando tempo, experiência e esforço dos que estão envolvidos (Watt, 1998).

A estrutura organizacional deverá ser capaz de, no final de cada dia, responder em grupo ou de forma individual a questões como: “Qual é a minha posição?”, “Qual o meu papel?”, “Quais são os meus objectivos?” e “Quais são as minhas tarefas?” (Watt, 1992: 27).

No entanto, a estrutura poderá ser a mais adequada, as pessoas podem trabalhar, mas pouco poderá ser alcançado se não existir coordenação. A coordenação é um elemento crucial na organização. Todos os sistemas de organização necessitam de mecanismos de coordenação definidos, tais como a comunicação (Watt, 1992).

De uma forma geral, a coordenação resulta de objectivos comuns e de uma cultura e estrutura apropriadas. Se o planeamento e as delegações que integram a organização interagirem de uma forma coordenada, os resultados serão obrigatoriamente positivos.

O factor principal na boa coordenação é a comunicação eficaz. A comunicação pode ser definida como “a informação enviada, recebida e trocada para que a mensagem comunicada seja completamente entendida por todos os envolvidos” (Watt, 1992: 28). Desta afirmação, pode-se concluir que a compreensão da mensagem é vital e a natureza da comunicação é necessariamente recíproca. Estes conceitos são absolutamente cruciais para a passagem de informação antes e durante a realização dos eventos. É importante estabelecer meios de comunicação e, antes disso, saber porque é que a comunicação está a ser feita.

Os objectivos da comunicação são, nomeadamente: ser recebida, ser entendida, ser aceite e ter acção. A comunicação deve, na etapa final, resultar numa acção. As linhas e oportunidades de comunicação formal ou informal eficientes são os elementos-chave para se alcançar o sucesso de um evento.

Um dos maiores problemas com a comunicação é a facilidade com que podem ocorrer barreiras, bloqueando o processo de organização. Estas barreiras à comunicação podem ser: uso inapropriado dos media, uso de linguagem confusa, palavras ou frases ambíguas, excesso de informação, interferência em diferentes níveis, circulação de informação incorrecta, desconfiança entre os participantes, prolongadas correntes de comunicação e percepções individuais (Watt, 1992).

Linhas eficientes de comunicação e muitas oportunidades (formal e informal) são a chave para atingir o sucesso de um evento. Tem de haver um claro entendimento de todos os envolvidos na estrutura geral da organização; quem tem a autoridade e qual a sua responsabilidade; que métodos de comunicação são utilizados e como é que a comunicação é realizada. Deve ser estabelecido um sistema efectivo de comunicação entre os grupos re-

levantantes; os métodos de comunicação (no sentido formal e informal) têm de ser simples e claros a todos os interessados; os meios de comunicação utilizados devem estar disponíveis a todos e no tempo apropriado (Watt, 1992).

Outro aspecto importante na organização de um evento é a sua promoção que deve incluir imagem, logotipo, media, publicidade, apresentação, panfletos e merchandising para captar atenção do público (Watt, 1998).

Por fim, a estrutura organizacional dos eventos “deve incluir diferentes etapas como o planeamento, desenvolvimento, trabalhar relações e estratégias para atingir objectivos. A estrutura deve incluir a cadeia de comando, controlo e delegação de áreas de responsabilidade” (Watt, 1992: 33).

2.4. Potenciais Impactes

O estudo dos impactes ambientais, sócio-culturais e económicos gerados pela actividade turística é essencial, a fim de verificar de que forma é que os impactes negativos podem ser minimizados e os impactes positivos podem ser maximizados. Durante os anos 60 e até princípios dos anos 80, o turismo foi-se desenvolvendo sobretudo com objectivos económicos, com preocupações reduzidas quanto aos impactes ambientais e sócio-culturais gerados pela actividade turística (Inskeep, 1991).

Segundo Mathieson e Wall (1982) os impactes ambientais estão intrinsecamente relacionados com as características da área de destino e as características dos visitantes. Por sua vez, Inskeep (1991) reforça esta ideia afirmando que os impactes não são genéricos, dependem do nível de desenvolvimento turístico de cada destino. De acordo com este autor, podem ser identificados múltiplos impactes ambientais positivos como a criação de programas e planos de conservação de áreas naturais, a atractividade das paisagens rurais, melhorias na qualidade ambiental, melhorias nas infra-estruturas e sensibilizar os residentes para com as questões ambientais; e também se destacam alguns impactes negativos que o turismo pode gerar no ambiente como a poluição da água, do ar, sonora e visual, problemas de recolha de lixo, ruptura ecológica e problemas de uso do solo (Inskeep, 1991). Para o desenvolvimento deste estudo só serão considerados os impactes sócio-culturais e económicos da actividade turística.

Relativamente aos impactes culturais os principais elementos culturais que motivam os turistas a viajar são o artesanato, a gastronomia, as tradições, a história, a arquitectura e as actividades de lazer. Nas zonas onde os turistas afluem em massa, os riscos de perda de

autenticidade e de espontaneidade das manifestações culturais aumentam. Adicionalmente, o aumento das práticas turísticas num determinado local, poderá contribuir para a descaracterização do artesanato, para a destruição do património histórico, e ainda para a perda da integridade e autenticidade cultural. Contudo, o turismo pode contribuir para a valorização do artesanato local, valorização da herança cultural e do património histórico e para trocas culturais entre os residentes e os visitantes. Alguns dos impactes culturais positivos gerados pela actividade turística são nomeadamente (Inskeep, 1991):

Valorização do artesanato local: artes e os ofícios constituem uma forte atracção turística que o visitante poderá levar para casa (*souvenirs*);

Valorização da herança cultural / orgulho cultural renovado: o interesse dos turistas pela cultura local, contribuirá para que os residentes valorizem a sua arte, teatro, artesanato, música e gastronomia. O simples facto de os turistas assistirem a manifestações culturais, filmarem e fotografarem os diversos elementos culturais de uma dada região, será motivo de orgulho nos residentes e contribuirá para um maior apoio financeiro e a continuidade de determinados eventos;

Valorização e preservação do património histórico: segundo Ruschmann (1997) os monumentos e edifícios históricos, como atracções turísticas serão alvo de interesse por parte de entidades governamentais e das instituições privadas, que canalizarão esforços para a sua conservação e restauração;

Trocas culturais: os turistas ao visitarem um determinado local contribuem para uma partilha cultural, contribuindo para a compreensão, o respeito mútuo e a tolerância relativamente às diferenças culturais de cada local.

Existem também alguns impactes culturais negativos gerados pela actividade turística como (Inskeep, 1991):

Descaracterização do artesanato: a produção de artesanato de forma massificada tem como consequência a descaracterização da sua função original (utilitária) e que contribuirá para que tais objectos sejam meras peças de decoração, desprovidas de valor;

Vulgarização das manifestações tradicionais: Inskeep considera que certos eventos e festivais têm propensão a ser apresentados como encenações, orientados para os turistas. Defende ainda que integrar a cultura num pacote turístico é transformá-la numa apresentação nítida e remunerada que não será vista e sentida na sua forma original;

Destruição do património histórico: a afluência de turistas em massa poderá comprometer o património, devido à circulação excessiva de veículos e a possíveis comportamentos indevidos de alguns turistas;

Perda da integridade e autenticidade cultural: os residentes ao contactarem com esta realidade podem imitar comportamentos e estilos de vida dos turistas, sem perceberem as diferenças culturais e, muitas vezes, sem grandes recursos financeiros para o fazerem. Esta atitude é mais notória nas gerações mais jovens, originando por sua vez conflitos entre as diferentes gerações da comunidade local.

Quanto aos impactes sociais, o turismo desencadeia mudanças nos sistemas de valores, nos comportamentos individuais, nas relações familiares, nos estilos de vida, nos níveis de segurança, nas condutas morais, nas festividades tradicionais e nas organizações comunitárias. Mathieson e Wall (1982) afirmam que os “turistas e os residentes interagem numa rede de objectivos e expectativas, onde os turistas estão relaxados, activos e a desfrutar do seu tempo de lazer; ao passo que os residentes estão relativamente passivos, e se empregues no sector do turismo, passam a maior parte do seu tempo a servir os turistas”(Inskeep, 1991: 367).

Por vezes, os visitantes estimulam hábitos de consumo desconhecidos ou inacessíveis para a população residente; caso do consumo excessivo de drogas e bebidas alcoólicas, a forma como se vestem e como falam, entre outras, resultando desta forma, em impactes sociais negativos. O turismo poderá contribuir para o aumento da criminalidade, da prostituição e do jogo organizado.

As pequenas lojas que satisfazem diariamente as necessidades da comunidade local, poderão ser convertidas em lojas de *souvenirs* ou cafés. Adicionalmente, o excesso de pessoas pode resultar em perda de *amenities* para os residentes. Multidões de visitantes e congestionamento das ruas, dos espaços livres, das lojas poderão resultar em ressentimento por parte dos residentes locais. A monitorização dos impactes económicos e sócio-culturais é um “processo contínuo” e que, apesar do grau de desenvolvimento turístico, é necessário minimizar os seus efeitos negativos (Lickorish, 2000: 131).

Alguns dos impactes económicos positivos são: a diversificação da actividade económica na região, entrada de receitas e de moeda nacional e estrangeira; criação de oportunidades de emprego directo e indirecto; atracção de mão-de-obra das localidades mais próximas; melhoria das estruturas económicas, equipamentos e infra-estruturas que servem os turistas e a população local, regional e nacional; contributo para a fixação dos visitantes por períodos mais prolongados; encorajamento das actividades empresariais através do

efeito multiplicador e relações intersectoriais estabelecidas; o turismo é um catalisador do desenvolvimento e expansão de outros sectores económicos (agricultura, pesca, artesanato, manufacturas).

O turismo apresenta também alguns impactes económicos negativos como: inflação do preço dos produtos e serviços; perigo de dependência excessiva do turismo; abandono das actividades primárias pela busca de novas oportunidades de emprego no sector do turismo; o turismo é altamente instável (está sujeito a variações sazonais, à influência de forças externas, às motivações e às expectativas dos turistas; à sazonalidade da procura turística e da produção) tendo como consequência a baixa taxa de retorno nos investimentos e o desemprego; cria à população graves problemas de alojamento, visto que nas comunidades as possibilidades de alojamento são reduzidas (Inskeep, 1991). Os impactes económicos do turismo podem ser visíveis a curto prazo, ao contrário dos impactes sócio-culturais revelarem-se a médio e longo prazo, até que podem originar uma onda de descontentamento e conflito (Lickorish, 2000).

Os eventos podem ser de custos reduzidos e muito eficientes no desenvolvimento de atracções e actividades turísticas. O trabalho voluntário e a participação de numerosos grupos comunitários constituem um apoio a grande parte dos eventos. A maioria não requer infra-estruturas e equipamentos especiais ou infra-estruturas aperfeiçoadas. Estes eventos reúnem com alguma facilidade patrocínios e apoios institucionais, resultando destes apoios um maior equilíbrio sócio-económico.

Os elevados aumentos de rendimento local são possíveis quando as fontes de proveito são controladas e o lucro pode ser mantido na comunidade. Outras fontes de desenvolvimento turístico, especialmente em comunidades pequenas, não têm geralmente a mesma relevância em termos económicos para a comunidade local. Finalmente, cada local tem o potencial de desenvolver festivais e eventos atractivos, que ajudam a distribuir geograficamente e sazonalmente o turismo (Getz, 1991). Os custos reduzidos deste tipo de eventos são um complemento a muitos outros benefícios dos eventos, incluindo o seu potencial de *image-making*, a sua ligação a outras áreas de políticas públicas e o seu contributo para o desenvolvimento sustentável da comunidade.

Relativamente a outras formas de desenvolvimento turístico, os eventos têm poucas vantagens em termos financeiros. A principal limitação reside no facto de a maioria dos eventos e festivais dependerem de mercados locais e regionais. No entanto, isto não é muito diferente do que se passa com muitos outros elementos do sector do turismo, tais

como restaurantes, parques temáticos, locais históricos, parques nacionais ou outras atracções culturais.

Os mega-eventos são os eventos mais dispendiosos e são raramente justificáveis em termos puramente económicos. Estes oferecem muitas oportunidades de desenvolvimento e de criação de uma boa imagem para os destinos. Os eventos podem causar problemas ambientais, sociais e culturais, mas isto aplica-se ao turismo de uma forma geral (Getz, 1991).

As organizações turísticas podem prosseguir um programa de eventos como complemento a outras áreas políticas, culturais e sociais do turismo, com custos directos mínimos. A experiência deste tipo de eventos permite concluir que estes podem ser realizados em diferentes locais, com custos e recursos reduzidos, o que leva a que este tipo de eventos prolifere em todo o mundo (Getz, 1991; Watt, 1994, 1998).

Os problemas sociais dos eventos estão relacionados com a concentração de multidões, em determinados locais que é um potencial foco de perturbações, levando à necessidade de planear serviços de segurança e emergência. Os problemas sociais mais comuns tais como o consumo de bebidas alcoólicas, droga e violência podem ser agravados nestas situações, mas outros problemas mais sérios podem na realidade ser causados ou institucionalizados em eventos. Mais do que um festival teve de encerrar ou mudar de local devido à má publicidade gerada por bebidas e outros comportamentos relacionados; outros atraíram uma audiência totalmente inapropriada.

Cunneen e Lynch (1988) referiram que, devido a um incidente que ocorreu no evento 'Australian Grand Prix Motorcycle Races', este foi conotado como um "festival anual para tumultos institucionalizados" (Getz, 1991: 61), apesar dos esforços dos organizadores e da polícia em controlarem o comportamento da multidão.

Hall (1988) considera que os eventos de maior dimensão e com alguma atenção mediática podem atrair protestos e até alguma violência (Getz, 1991).

Ritchie (1984) sugeriu que os efeitos sócio-culturais dos eventos podem incluir os benefícios crescentes de uma actividade associada ao evento, como o fortalecimento de tradições ou valores regionais. No entanto, existe o risco de comercialização e modificação das actividades (Getz, 1991).

As interacções entre turistas e residentes podem ser melhoradas através da participação e envolvimento conjunto em festivais e eventos. Podem no entanto ocorrer falhas ou conflitos relacionados com os costumes e tradições locais. Para avaliar os tipos de reacções gera-

das nos residentes pela presença dos turistas, Doxey (1975) sugere um modelo sociológico, denominado *Índice de irritação*, que tem como base a reacção dos residentes face aos turistas. Este modelo baseia-se em vários níveis de irritação. Essa irritação pode ter a sua origem no número de turistas e na sua ameaça para o modo e estilo de vida dos residentes. Este autor concluiu que tais fases ocorrem em diversos destinos turísticos, dependendo do estágio de desenvolvimento e do tipo de turismo aí realizado. Este modelo é caracterizado por cinco níveis diferentes:

Euforia – as pessoas estão entusiasmadas e vibram com o desenvolvimento do turismo, como tal, recebem bem os turistas. As oportunidades de emprego, negócios e lucro são abundantes e aumentam com o crescimento do número de turistas;

Apatia – à medida que a actividade cresce e se consolida, a população receptora considera a rentabilidade do sector como garantida, vendo o turista como um “meio” para a obtenção de lucro fácil. Os contactos humanos são mais formais que no estágio anterior;

Irritação – a actividade turística começa a atingir níveis de saturação e a localidade já não consegue atender às exigências da procura;

Antagonismo – os residentes não disfarçam a sua irritação e descontentamento, responsabilizam os turistas por todos os males, problemas da localidade (aumento de impostos, criminalidade, entre outros). O turista é hostilizado pela população receptora;

Fase final – os residentes têm que se conformar com a realidade – o sistema está alterado e já é tarde para voltar atrás; há que tomar medidas para salvaguardar os aspectos positivos e tentar desenvolver ainda um turismo sustentável (Getz, 1991; Cooper, 2001; Mathieson e Wall, 1990).

Os eventos que são completamente orientados para os turistas correm o risco de gerar atitudes negativas por parte dos indivíduos envolvidos. Em contraste, os eventos que celebram a cultura e as tradições de uma comunidade permitem uma aproximação entre turistas e residentes, assegurando atitudes positivas para ambos.

Do ponto de vista do marketing, o produto deve ir ao encontro das necessidades e expectativas das audiências pretendidas. Isto é uma tarefa especialmente difícil para eventos e festivais, dados os seus múltiplos papéis e significados e a enorme dificuldade em compreender todas as motivações e expectativas a que a visita pode obrigar (Getz, 1991).

Os organizadores destes eventos deverão ter um conhecimento fundamental do leque das motivações dos visitantes, assim como benefícios especiais que poderão ser eventualmen-

te incluídos no evento de forma a torná-lo mais apelativo; isto aplica-se aos turistas bem como audiências locais.

Alguns organizadores são voluntários que não têm capacidade para o marketing, mas que lutam para desenvolver um forte apoio comunitário com a finalidade de realizarem o evento. O papel das organizações em dar garantia e assistência ao evento deve ser reconhecido, tal como o deve ser a importância de patrocinadores privados de eventos (Getz, 1991; Watt, 1994, 1998).

O estudo de Boissevain sobre o caso particular de Mdina (em Malta), incide sobre o impacto do festival *Mdina 93* nos residentes como consequência da presença dos turistas. Este evento cultural ocorreu em Junho de 1993, com a duração de uma semana e disponibilizava actividades das 9 às 24 horas. Incluía visitas guiadas pela cidade, exposições em museus, teatros de rua, espectáculos de marionetas, concertos nocturnos, entre outros. Algumas destas actividades repetiam-se dez vezes no mesmo dia. A procura deste evento chegou aos dez mil visitantes, sendo estes na sua maioria originários de Malta. O evento deu origem a uma série de reclamações por parte dos residentes como insegurança no estacionamento, ruído, sujidade, sobrelotação e invasão da privacidade. O crescimento do turismo cultural em Mdina afectou, a qualidade de vida da população, tornando-a barulhenta, confusa e demasiado comercial.

O autor defende que é necessário a implementação de medidas para melhorar a qualidade de vida dos residentes, evitar o seu êxodo e também impedir que a cidade se torne num museu comercial ao ar livre sem os seus habitantes que, ainda fazem parte do encanto e da vida da cidade.

Boissevain e Sammut (1994) elaboraram um relatório relativo ao estudo efectuado sobre Mdina entre 1993 e 1994, que foi disponibilizado ao Secretariado de Estado do Turismo e aos membros recentemente eleitos da Câmara Municipal, que disponibilizava um conjunto de conclusões acerca do evento e incluía recomendações dos residentes e dos responsáveis pelo estudo.

Os habitantes locais sugeriam, principalmente, a não periodicidade anual do festival, de curta duração e que a sua organização fosse melhorada (controlo de tráfego e estacionamento, limpeza, higiene e segurança).

Os investigadores acrescentaram algumas medidas às propostas dos residentes, com vista a minimizar os impactos negativos de evento: a organização responsável pelos festivais deveria incluir representantes dos residentes nas fases preliminares da tomada de decisão;

criação de fundos para a restauração de edifícios públicos e privados, exigindo entrada paga aos turistas; distribuição de informação aos turistas sobre a forma adequada de vestir e o respeito pela privacidade dos residentes; resolução imediata de reclamações pendentes relativas a estacionamento, iluminação e segurança; e, por fim, uma actuação conjunta entre a Câmara Municipal, Ministério do Turismo e a Autoridade do Planeamento na criação de políticas com vista ao desenvolvimento turístico da cidade (Briguglio; Butler, 1996).

Tendo em consideração os interesses dos residentes na realização do festival *Mdina'94*, verificaram-se ainda alguns problemas já ocorridos anteriormente, o que deu origem à apresentação de algumas propostas, designadamente a limitação e regulamentação do fluxo de turistas para evitar possíveis congestionamentos, o estabelecimento de um código de conduta para os guias turísticos que os residentes identificavam como responsáveis pelos comportamentos indevidos dos turistas, a criação de um fundo para a restauração e manutenção dos edifícios históricos públicos e privados de Mdina e, a obrigação do pagamento de uma entrada aos turistas, que seria canalizada para a realização de actividades e aquisição de *staff* adicional. Esta entrada seria isenta para pessoas com necessidades especiais, idosos, crianças com menos de 12 anos de idade e os visitantes nacionais ou residentes (Briguglio; Butler, 1996).

Este estudo menciona três níveis de irritação segundo o modelo de Doxey: irritação, antagonismo e fase final. E aborda, também, a noção de turismo cultural associado às cidades históricas e apresenta alguns impactes negativos relacionados com este tipo de turismo como a forma como as autoridades regionais e nacionais não consultam os habitantes, criando tensão entre turistas, residentes, guias e operadores turísticos.

Outro aspecto é a perda de privacidade, visto que os turistas pretendem ter acesso à cultura da região, desrespeitando aos espaços privados interditos aos visitantes e cuja autenticidade contrasta com os espaços públicos destinados aos turistas. Também a forma como o excessivo número de turistas pode levar a que a comunidade seja transformada num museu ou parque temático. Outra questão está relacionada com a hostilidade que os locais adoptam quando têm a percepção que estão a ser explorados, nomeadamente pelo governo, operadores turísticos e turistas. Por fim, outro aspecto prende-se com a sazonalidade que está presente no turismo sol/praias, mas que nas cidades históricas acontece durante todo o ano, criando uma pressão constante nos residentes. A cidade histórica é vista como um recurso turístico, o que causa simultaneamente apreciação e aversão, dependendo da natureza do turismo na cidade e das características dos visitantes (Ashworth; Tunbridge, 1990).

O relatório Brundtland (1987) da Comissão Mundial sobre o Ambiente e Desenvolvimento define desenvolvimento sustentável como “atender às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atender às suas próprias necessidades” (Cooper, 2001: 491). Esta noção aborda a relação de desenvolvimento turístico e a capacidade de carga de uma região. A sustentabilidade turística baseia-se em três princípios: a sustentabilidade ecológica (equilíbrio entre desenvolvimento e recursos naturais); sustentabilidade social e cultural (controlo de pessoas e fortalecer a sua identidade) e a sustentabilidade económica (gestão de recursos e fonte de emprego) (Cunha, 2013).

Quanto à massificação, e aos impactes negativos que daí advêm a resposta é dada pela noção de turismo sustentável. O caso particular de Mdina é um exemplo de como uma procura excessiva pode perturbar o quotidiano da população local, onde uma pequena cidade de aproximadamente 300 habitantes é invadida por 750 000 visitantes por ano. Um crescimento exponencial que não é cultural nem socialmente sustentável (Briguglio; Butler, 1996).

3. Contextualização da Recriação Histórica

3.1. Técnica *Living History*

“Inicialmente, o termo *living history* significava o uso de *performers* que vestiam roupa apropriada para simular a vida de um tempo passado. O termo pretendia estabelecer uma distinção em relação a outros métodos de interpretação usados em museus, galerias e locais históricos” (Helms; Blockley, 2006: 42). Desde esse tempo, *living history* tem sido aplicado por diversos autores e participantes, abrangendo vários significados como representação de um papel, interpretação na primeira pessoa, teatro na educação e *living history*, sem estabelecerem claramente diferenças e limites entre esses termos, ou seja, qualquer evento com uma componente de representação podia ser encarado como *living history*.

Robertshaw opta por definir este termo como “qualquer apresentação usando pessoas, usualmente com vestuário específico, num ambiente histórico ou não, e cuja finalidade é contextualizar artefactos, locais ou eventos num ambiente humano passado” (Helms; Blockley, 2006: 42). A interpretação deve ser basear-se em factos históricos, ter uma finalidade educacional e incluir determinadas características de apresentação. Este termo pode incluir interpretação na primeira e terceira pessoa, algumas formas de drama e teatro na educação, orientação de vestuário e demonstração de arte (Helms; Blockley, 2006).

De uma forma geral, qualquer projecto pode ser definido como interpretação ao vivo se incluir quatro elementos: conteúdo histórico, fim educacional, aptidões de apresentação e interacção com os visitantes. “O drama puro é obviamente elevado em aptidões de apresentação, mas poderá não ser educacional ou histórico e poderá ter pouca interacção com o público. A recriação de uma batalha é, frequentemente, forte em alguns aspectos de apresentação (exercício e manuseamento de armas), mas é muitas vezes fraco historicamente, sem fim educacional e desencoraja a interacção do público” (Helms; Blockley, 2006: 42).

Esta técnica de interpretação ao vivo foi posta em prática, aproximadamente, há cem anos na Europa. O professor sueco Artur Hazelius (1833-1901) foi pioneiro do museu ao ar livre. Em 1873 fundou Skansen, o Museu de Folclore da Escandinávia em Estocolmo. Por considerar que apesar da popularidade do museu ele estaria desprovido de contexto humano, optou em 1898 por trazer músicos e demonstrações de diversos ofícios para dar animar o local. Os participantes recriavam sobretudo os costumes e actividades da sua própria experiência, mas posteriormente passou a ser a recriação de actividades e modos de vida do passado (Helms; Blockley, 2006).

A aplicação da técnica *living history* foi reconhecida com o evento realizado em Doddington Hall, em Lincolnshire, em 1976. Charles Kinghtly, um membro principal de um grupo de recriação de batalhas, cuja função era povoar uma casa num ambiente de 1640, onde estariam representados todos os membros da família da casa senhorial naquela época. O

sucesso alcançado neste evento entre os recriadores e o público, conduziu à sua repetição no ano seguinte. O que desencadeou uma sucessão de eventos similares, começando a usar o termo *living history* para designar vários eventos realizados em castelos, retratando recreações de batalhas. Para muitos recriadores a natureza repetitiva de batalhas e ênfase em papéis masculinos nesses torneios resultou no desenvolvimento de um largo número de pessoas envolvidas em artesanato e noutras demonstrações de artes e ofícios (Helms; Blockley, 2006).

A falta de rigor histórico em algumas recriações de batalhas, levou a que muitos profissionais britânicos de museus em 1970, nomeadamente em museus ao ar livre, a considerarem que a técnica *living history* não era apropriada para os seus locais, apesar de muitos admitirem que para os norte-americanos o uso desta técnica teve bons resultados (Helms; Blockley, 2006).

A ideia de interpretação começou a difundir-se e os museus começaram a incorporar esta técnica em exposições públicas e gradualmente os locais começaram a aplicá-la numa base a tempo inteiro. Entre os exemplos deste processo conta-se Littlecote House, onde foi empregue uma pequena equipa de actores que usaram uma mistura de guiões e improvisação para representarem diferentes personagens inseridas no ano de 1900. Este projecto, designado por “Heritage with a difference”, oferecia actuações que realçavam os sentidos e sensações do passado e foi considerado o primeiro exemplo de interpretação a tempo inteiro (Helms; Blockley, 2006: 42-44).

Esta técnica foi posta em prática pelo Departamento “The Historic Buildings and Monuments Commission for England” desenvolvendo dois programas para as escolas de Suffolk com a participação de professores, dramaturgos, artesãos e comunidade local (Fairclough, 1994; Fairclough e Redsell, 1985). A aplicação desta técnica deve ser baseada em factos históricos e não na liberdade criativa (Fairclough, 1994).

“Estas reconstituições históricas em larga escala tiveram por cenário uma casa de campo da época georgiana, quase imutável desde o final do século, onde uma multidão de criados serve o proprietário e a sua família; e um castelo em ruínas, o castelo de Oxford, local que serviu para que um grande número de artesãos participassem da reconstituição histórica” (APOM, 1987: 7).

Este castelo foi terminado em 1176 por Henrique II e quando este projecto foi desenvolvido só existia uma parte do castelo com uma torre octogonal. Perante o obstáculo das suas ruínas e de forma a reproduzir a história do castelo optaram por recriar um ambiente anterior à data da sua edificação (1173), simulando assim a construção do referido castelo. Para

isso foi criado um estaleiro de construção do século XII, com acampamento para os operários (canteiros, carpinteiros, cozinheiros, oleiros, armeiros, entre outros) nas imediações do castelo. Durante o dia, as crianças iam trabalhar para o acampamento como aprendizes, construindo uma porta de madeira e preparando comida medieval junto de fogueiras. Retratando as relações entre o Alcaide, o seu assistente e um vassalo representando a sociedade do século XII (APOM, 1987).

Nesta recriação foram criados vinte grupos de trabalho e cada grupo incluía um adulto. Os grupos eram constituídos por crianças com diferentes tarefas no decorrer da acção. A finalidade deste método era possibilitar uma maior troca de experiências entre si. Cada tarefa tinha a duração de hora e meia e o dia estava dividido em períodos de trabalho com uma reunião inicial para preparar o dia (APOM, 1987).

É importante realçar que o trabalho dos actores nas diferentes actividades deve estar num plano secundário, não dando espectáculo nem inibindo (possivelmente com excesso de rigor) as crianças que participam. Neste projecto foi desenvolvido um plano do dia em que se optou por uma data do passado que se queria reconstruir e adicionaram-se alguns factos verídicos, de forma a desenvolver um programa de acontecimentos para esse dia. Tendo sempre em atenção não alterar factos históricos que facilmente se podiam encontrar em arquivos ou museus (APOM, 1987).

Na preparação da visita, os orientadores do projecto realizaram sessões com o apoio de material didáctico para o enquadramento da acção. Este tipo de actividades de suporte à experiência propriamente dita foi ajudado por um grupo de actores amadores da localidade que encarnaram vários ofícios como os carpinteiros ou lavadeiras (APOM, 1987).

Posteriormente, foi desenvolvida a avaliação e desenvolvimento do projecto que incluía o contributo da troca de experiências das crianças, o que resultou em trabalhos escritos, orais e artesanais, onde foi possível verificar a apreensão e consolidação dos seus conhecimentos sobre datas e factos históricos (APOM, 1987).

Foi proposto um método de aprendizagem que as crianças deviam completar: preparação e pesquisa, participação no projecto e avaliação e desenvolvimento da experiência. Após a finalização do projecto, foram surgindo diferentes actividades nas escolas, como a construção de maquetas de aldeias medievais, organização de visitas para os pais orientadas pelas crianças, representações teatrais, entre outras. Foi realizado um vídeo ou diaporama como material de arquivo e para uso nas sessões de treino com professores e outras entidades envolvidas (APOM, 1987).

3.2. Projectos de História ao Vivo

A técnica de História ao Vivo é definida por Paula Bárcia como a “recriação pormenorizada de uma época da História, de preferência ligada a um testemunho do passado, como um edifício, monumento ou sítio histórico, a que se pretende insuflar vida” (Bárcia, 1990: 7).

Esta é uma técnica vocacionada para o ensino da História. A autora acrescenta que esta não deve ser confundida com um “espectáculo”, visto ter como objectivo que as pessoas participem na acção usando vestuário da época e personificando atitudes e linguagem adequadas a essa altura (Bárcia, 1990).

Para o uso desta técnica deve-se ter em atenção a “Escolha do tema e do local”, se possível deve-se utilizar um local onde os factos/acometimentos decorreram (ex: Castelo de Palmela ou Setúbal), porque além de facilitar a recriação desses acontecimentos, os participantes vivenciam o espírito da época de uma forma natural (Bárcia, 1990).

Outro aspecto a considerar é a “preparação da acção”. Para isso, é necessária uma pesquisa histórica (sessões de sensibilização e formação, documentação em arquivos antigos, visitas de estudo a museus, monumentos, edifícios ou zonas da região, actividades interdisciplinares...) para criar o perfil das personagens (nome, idade, profissão...), escrever um guião de acção para que cada actor saiba a sua tarefa e o papel que desempenha na história. Deve-se ter em consideração o vestuário (tecido, cores e formas da época), adereços e materiais de cenário (cestos, tijolos de barro, púcaros...), e a refeição (“sopa seca”, ovos, pão...) (Bárcia, 1990).

“A acção propriamente dita” inclui uma reunião inicial, troca de roupa, exclusão de acessórios que não sejam adequados à época, distribuição dos participantes pelos grupos e pelas diferentes tarefas. Todos os participantes devem saber qual o seu papel e a sua tarefa para que tudo decorra de uma forma organizada e sem grandes sobressaltos (Bárcia, 1990).

Por fim, deve ser feita a “Avaliação da acção”, pois é importante que cada participante fale da sua experiência, que pode ser registada através de textos, desenhos, gravações, etc. Estes registos e também fotografias ou vídeos da acção vão ser importantes para analisar os pontos positivos e negativos do projecto, com o intuito de os aperfeiçoar e minimizar o que correu menos bem para o desenvolvimento de projectos futuros (Bárcia, 1990).

Em 1986, a Associação Portuguesa de Museologia (APOM) e o Instituto Britânico em Portugal, juntamente com os técnicos ingleses Patrick Redsell (dramaturgo), Stephen Wolfenden (fotógrafo), Michael Corbishley (pedagogo) e Lurdes Horta Barreto (conservadora) pa-

ra participarem no Colóquio APOM em Faro, de forma a partilharem as suas experiências da técnica *living history* que estavam a ser implementados em Inglaterra (APOM, 1986).

Os participantes do colóquio criaram alguns projectos de animação cultural para as zonas de Faro, Funchal, Setúbal e Lisboa, que podem ser adaptados para qualquer zona do país. Esses projectos tinham diferentes temas:

Nós e os Romanos – “reconstituição de um dia na vida dos Senhores da *Villa* romana de Milreu, incluindo manhã completa nas terras, a actividade dentro e fora da casa, chamando a atenção para o ambiente social, económico e cultural da época” (APOM, 1986: 11);

O Palácio de Estoi – “reconstituição do ambiente festivo da casa e jardim em Maio de 1903 com a participação activa dos habitantes e dos grupos locais dramático, coral, musical e outros” (APOM, 1986: 11);

Uma Povoação Rural – “celebração do dia 1 de Maio, da chegada da Primavera em Santa Bárbara de Nexe, em que crianças dos 12 aos 17 anos participam na preparação dos carros do cortejo, confeccionam bolos tradicionais, erguem e enfeitam o mastro e participam com o povo na merenda e bailarico finais” (APOM, 1986: 11);

Faro, 1573 – “visita histórica de D. Sebastião ao convento de Faro em 1573, com duas acções simultâneas: a primeira no exterior do Mosteiro com o povo e os artesãos para a visita régia e a entrega simbólica das chaves ao Monarca; a segunda, nos claustros com o desenrolar da vida monástica. Esta reconstituição termina com festejos populares em honra do rei” (APOM, 1986: 11);

A Gastronomia Algarvia – “representa diferentes fases da história do Algarve (época romana, islâmica, medieval, século XVI e 1986), para levar as crianças a participarem activamente na aquisição dos alimentos, na sua preparação com os utensílios adequados e nas diferentes formas de apresentar, servir e comer esses alimentos” (APOM, 1986: 11,12);

Um Ataque de Corsários ao Funchal – “ataque dos corsários ingleses à Fortaleza de S. Tiago no Funchal, nos finais do século XVI; recriação do ambiente de uma praça-forte em véspera de ataque iminente, em que a população se organiza, armazenando alimentos e preparando armamento e munições” (APOM, 1986: 12);

Acordar História Adormecida – “reconstituição pormenorizada da sociedade lisboeta do final do século XVIII, nos seus aspectos doméstico, social, político e económico, tendo como cenário o ambiente residencial do Museu da Fundação Ricardo Espírito Santo Silva” (APOM, 1986: 12);

O Castelo de S. Filipe depois da Reconquista – “reconstituição da época da Restauração de 1640 em Setúbal, tendo como base a reorganização da praça-forte depois da expulsão do exército espanhol” (APM, 1986: 11,12). Pretendeu-se recriar as tarefas de reorganização da vida interna de um castelo seiscentista após uma revolução nacionalista. “Após a queda do governo filipino, a população da vila de Setúbal, impôs a rendição da guarnição inimiga, substituindo-a por tropas fiéis ao governo restaurado” (Duarte, 1993: 71-72).

Neste período foram constituídos dez grupos (cozinha, gastronomia, têxteis, latoaria, cestaria, escrita de missivas, sentinelas e manobras militares, carpintaria, abastecimento de víveres e outros materiais, abastecimento de água e limpezas, olaria). O projecto teve a duração de um mês, em que participaram 3000 alunos e 320 professores, numa média diária de 120 crianças/jovens (Duarte, 1993).

Em Maio de 1988, em Lisboa, na Ribeira das Naus foi colocado em prática o projecto “E outra vez conquistamos a distância” em que Fernão Mendes Pinto viajava na nau ‘Galega’ que fazia parte da armada de 1537 para a Índia. Esta recriação tinha como cenário o estuário do Tejo e a acção desenvolveu-se com a integração de algumas personagens como o Provedor da Ribeira e da Telha, os frades e noviços, o Almojarife que tinha como tarefa pagar aos trabalhadores, o Boticário cujas ervas medicinais serviam para curar as doenças, cigana que mendiga, o Mestre Cosmógrafo que prepara os aprendizes para as contrariedades do mar, os mestres das artes e ajudantes que preparam as velas, redes, calafetagem, pintura, a venda de especiarias e fabrico de biscoitos para as viagens dos marinheiros (Bárcia, 1990; in Solé, 10/06/2012, www.repositorium.sdum.uminho.pt).

Outra reconstituição foi realizada no Porto, em que se recriou um almoço de D. João I e de D. Filipa, no paço episcopal, aquando da sua visita à cidade. Como não foi possível utilizar uma torre da época, recorreu-se a uma casa do século XX, criando uma atmosfera interior ambiental, tendo em atenção a iluminação das salas e recorrendo a algumas técnicas teatrais. Criaram-se alguns espaços como uma cozinha, uma copa e uma sala de jantar, dando especial atenção à roupa, ao modo de falar, de agir e à comida da época (Bárcia, 1990).

Outros projectos foram desenvolvidos entre 1990 e 1991, como “A Conquista de Lisboa aos Mouros”, “Inês de Castro” e “Baile Medieval” pela Creche do Instituto Nacional de Saúde de Ricardo Jorge em Lisboa. E, também, a Feira Medieval organizada pela Escola Secundária de Anselmo de Andrade de Almada, recriando o ambiente de 1500 no jardim do Castelo em Almada, com as personagens de D. Leonor e D. Manuel I, o Bispo e outros repre-

sentantes da nobreza e clero. Durante a feira estavam diversas tendas com artesãos a trabalhar ao vivo, o tecelão e o escrivão e, ainda, jogos tradicionais da época (in Solé, 10/06/2012, www.repositorium.sdum.uminho.pt).

Em 2000, no I Encontro Internacional da Sociedade de Recriação Histórica Medieval, a Ordem da Cavalaria do Sagrado Portugal recriou a vida quotidiana de um Castelo de Terena, no concelho de Alandroal, onde participaram mais de quatro dezenas de figurantes vestidos à época do século XI ao século XV em áreas como o teatro, o malabarismo, o artesanato, os torneios de combate apeado e a cavalo, os treinos de tiro com arco e flecha, a armadura de um guerreiro (nome e explicação da função de cada parte da armadura), os tipos de armas e como é feita a sua utilização e os costumes e o modo de vida do povo. Devido ao sucesso do I Encontro, esta organização decidiu realizar no ano seguinte um segundo encontro no mesmo local, para reviver a História Medieval ao Vivo. Neste encontro, estiveram presentes organizações provenientes de oito países europeus e americanos.

Estes encontros incluíram animação ao vivo, artesanato e gastronomia da época. No I Encontro, foi criada uma organização, a Aliança Medieval Internacional (*International Medieval Alliance*) ou Inter-Medieval, que tem como objectivos: “incrementar o conhecimento da história e de herança cultural; desenvolvimento internacional da recriação histórica; troca de experiências entre sociedades de recriação histórica medieval; promoção de torneios internacionais; e, fomentar a amizade entre pessoas que partilham o gosto pela recriação histórica medieval” (www.ocsp.pt).

Em Julho de 2001, decorreu uma Feira Medieval no Lindoso realizada pela Escola Profissional de Arcos de Valdevez e do Parque Nacional da Peneda – Gerês, com o apoio da Câmara Municipal de Ponte da Barca. O espaço escolhido foi o Castelo de Lindoso, com a presença do povo, do clero e da nobreza. A animação incluiu música medieval, malabaristas, exibição de falcoaria, bobos e também actividades associadas às profissões de oleiro, padeiro, ferreiro, boticário e tanoeiro, entre outras. Neste projecto, foi necessário o desenvolvimento de um programa, um guião de acção resultante de uma pesquisa histórica acerca da região, do castelo e a sua contextualização histórica local e nacional, através de fontes bibliográficas, o espólio arqueológico do castelo e de um “consultor científico”, disponibilizando sessões de esclarecimento. Foi, também, dada especial atenção ao vestuário, gastronomia, modo de falar, expressões e atitudes, de forma a assimilarem o espírito da época (in Solé, 10/06/2012, www.repositorium.sdum.uminho.pt).

Actualmente, por todo o país têm sido desenvolvidos outros projectos de cariz medieval (em Castro Marim, Óbidos, Batalha...) promovidos por entidades locais e, também, por iniciativa das escolas.

3.3. Educação Patrimonial

A noção de património não se refere somente a colecções de pintura ou escultura, mobiliário dos palácios ou conventos, ou qualquer outro tipo de objectos “museáveis”. Mas inclui também os edifícios, as histórias de vida das populações rurais, piscatórias ou urbanas, bem como os seus utensílios de trabalho (Duarte, 1993). A autora acrescenta, ainda, que se deve considerar património “toda a região administrativa do concelho em que um museu está inserido e que na sua ausência um determinado local não deixa de ter património: construído, artístico, cultural, imaterial e natural” (Duarte, 1993: 14).

Pode-se definir educação patrimonial como “aprender a saber ver, ou seja, saber escolher o que se quer ver, passar por momentos, descobrir, falar sobre os objectos, os espaços, as pessoas” (Duarte, 1993: 67). Segundo Maria Barreto, é o “ensino centrado no objecto cultural” ou o “processo educacional que considera o objecto como fonte primária do ensino” (APOM, 1987: 25).

Os objectivos da educação patrimonial passam pelo desenvolvimento de atitudes de preservação e animação do património; conhecimento do património de determinada área; motivar o gosto pela descoberta e a compreensão da História Nacional a partir da História Local (Duarte, 1993).

Surgem neste tema os conceitos de Museu e Escola. O Museu é definido como um instrumento de conservação e animação do património local. Em 1973, a Associação Americana de Museus definiu Museu como “instituição permanente e organizada, não lucrativa, com fins essencialmente estéticos, educacionais, com profissionais especializados, que possui e utiliza objectos tangíveis, cuida deles e expõe-os ao público num horário regular” (Yale, 1992: 22). Segundo Lane (1994), museu pode ser definido como uma organização que preserva e exhibe objectos de elevado valor social e cultural com o propósito de estudo, educação e entretenimento. As principais funções dos museus são “coleccionar, educar e divertir” (Yale, 1992: 27-29).

“Um museu não pode ser túmulo da memória, mas sim a solicitação activa da memória, senão mesmo a memória viva” (Duarte, 1993: 12). O Museu deve proporcionar à comunidade diferentes interpretações e sentidos, porque é essa experiência individual que irá en-

riquecer o próprio espaço e a comunidade. Por vezes, até uma pequena curiosidade como uma lenda associada àquele local é o suficiente para despertar a atenção dos visitantes. Tal como neste exemplo, existem outros pormenores que fazem a diferença, pois quando terminada a visita a um museu ou a uma exposição, o visitante procura informar-se mais acerca do que viu; ou seja, a experiência não termina aí. Esta procura atinge outras dimensões na troca de informações com outros indivíduos ou outras fontes.

“Entrar num Museu sem ‘vida’ e fechado à comunidade, sentir o cheiro do bolor e do objecto antigo, leva-nos ao passado, é certo, mas a um passado distante, longe de nós, quase como se não nos pertencesse e do qual não fazemos parte” (Duarte, 1993: 8).

O que acontece frequentemente é que o visitante que procura conhecer um determinado museu ou monumento, terminada a visita raramente volta ao local. Daí a criação de áreas envolventes ao local a visitar que também sejam passíveis de musealização: os chamados núcleos museológicos espalhados pela cidade. Espaços com uma vertente de animação e educação. Estes espaços adjuvantes ao monumento são de uma enorme importância, por um lado porque de uma forma natural os visitantes são levados a permanecer mais tempo no local, aliando o lúdico à história, em que a aprendizagem é feita de uma forma aprazível e não impositiva, o que certamente irá conduzir a um regresso do indivíduo ao local visitado. Concluindo, os museus conduzem a um enriquecimento pessoal do visitante e do espaço visitado. No entanto, é importante atingir um equilíbrio, para que o visitante não se concentre em demasia na animação dos espaços adjacentes e passe para segundo plano o elemento central do local (museu, castelo...).

“Em 1990, muitos museus reconheceram explicitamente a sua função educacional, frequentemente produzindo pacotes educacionais para professores e alunos e disponibilizaram salas de estudo especiais. Outros deram um passo em frente, empregando actores para construir cenas do passado” (Yale, 1992: 28).

Neste contexto, a escola deixa de ser vista como a detentora do acto de educar. Segundo o Relatório Delors, “para poder dar resposta ao conjunto das suas missões, a educação deve organizar-se em torno de quatro aprendizagens fundamentais que, ao longo de toda a vida, serão de algum modo, para cada indivíduo, os pilares do conhecimento: aprender a conhecer, isto é, aprender a aprender; aprender a fazer, para poder agir sobre o meio envolvente; aprender a viver juntos, a fim de participar e cooperar com os outros em todas as actividades humanas; finalmente aprender a ser, via essencial que integra as três precedentes” (Delors, 1996: 77).

Se atentarmos no modelo de Jacques Delors, a escola deve ser vista como um espaço de liberdade, em que a componente prática (“aprender fazendo”) é a forma encontrada para que as crianças sejam motivadas a aprender conceitos sem o rigor conotado com a designada escola tradicional. As actividades mais físicas e lúdicas permitem que as crianças vejam a escola como um espaço aprazível, em que o acto de aprender seja um prazer e não uma obrigação.

Actividades como as visitas guiadas, *ateliers* de expressão dramática e musical, exposições, caças ao tesouro, animações teatrais, entre outros, inserem-se neste conceito de educação patrimonial e também na designada Escola Nova. “Aprender a fazer, a fim de adquirir, não somente, uma qualificação profissional mas, duma maneira mais ampla, competências que tornem a pessoa apta a enfrentar numerosas situações e a trabalhar em equipa. Mas, também, aprender a fazer, no âmbito das diversas experiências sociais ou de trabalho que se oferecem aos jovens e adolescentes, quer espontaneamente, fruto do contexto local ou nacional, quer formalmente, graças ao desenvolvimento do ensino alternado com o trabalho” (Delors, 1996: 88).

Numa era em que as novas tecnologias estão presentes no nosso dia-a-dia e as crianças estão desde muito cedo familiarizadas com estes instrumentos, é importante aproximá-las também de outros recursos culturais e naturais (livros, adereços, brinquedos, utensílios...), para que lhes seja proporcionado um maior conhecimento da história local da sua região e também da história nacional. A salvaguarda destes recursos por parte de gerações vindouras está directamente ligada à salvaguarda da nossa identidade e da nossa sobrevivência.

“Os monumentos e os objectos do património cultural possibilitam às crianças uma experiência concreta, não-verbal, directa. O objecto não é um recurso, mas uma realidade, por vezes única fonte sobrevivente do significado” (APOM, 1987: 6).

Segundo Cândida Proença, esta é uma aprendizagem que estimula a criatividade e o raciocínio através da pesquisa associada a uma experiência histórica (in Solé, 10/06/2012, www.repositorium.sdum.uminho.pt).

4. Análise da Recriação Histórica na Viagem Medieval em Terra de Santa Maria

4.1. Enquadramento Histórico

Segundo Mattoso, “a criação da Terra de Santa Maria em torno do castelo ou *civitas* do mesmo nome deve-se provavelmente ao rei Afonso III de Leão (866-910). Seguiu-se, de certo, ao chamado ‘repovoamento’ de Portucale (o nome latino do Porto e ao mesmo tempo o condado que tinha nele o seu centro), em 868” (Mattoso, 1993: 23). Este castelo tinha como objectivo vigiar a antiga estrada romana que ligava Porto a Coimbra e a região estava limitada a leste pelo rio Arda e as serras que separam a zona litoral da área montanhosa dominada por *Anegia* e Lamego que corresponde às serras de Freita e de Arada e limitada a sul pelo rio Vouga (Mattoso, 1993).

Esta região encontrava-se numa localização privilegiada entre dois pontos estratégicos Porto e Aveiro, permitindo-lhe beneficiar da sua influência económica, o que levou a que continuasse a desenvolver-se, até porque concentrava os principais centros religiosos. A prosperidade destes centros permitiu alargar a sua área de influência ultrapassando os limites do arcediagado. Foi assim criado um foco de atracção para agricultores, mercadores e cavaleiros, transformando-a numa zona de grande concentração humana na época medieval (Mattoso, 1993).

“A abundância de recursos permitiu a fixação de uma população numerosa que podia trocar com os mercadores que atravessavam a região, trazendo produtos artesanais e de luxo do Sul, os excedentes das suas culturas. A feira tão cedo estabelecida em Santa Maria é a sua expressão concreta e ao mesmo tempo o símbolo desta intensidade e desta variedade de trocas: das trocas entre os produtos agrícolas produzidos pelos camponeses e os artesanais trazidos pelos mercadores e almocreves” (Mattoso, 1993: 51).

“As feiras são um dos aspectos mais importantes da organização económica da Idade Média. Nascidas da necessidade de promover a troca de produtos entre o homem do campo e o da cidade, elas representam o ponto de contacto entre produtor e consumidor, o ponto onde se concentrou a vida mercantil de uma época em que a circulação das pessoas e das mercadorias era dificultada pela falta de comunicações, pela pouca segurança das jornadas e pelo excesso de portagens” (Rau, 1982: 33).

De acordo com Valdeavellano (1931), as feiras realizavam-se em simultâneo com o comércio livre e inconstante, devido à necessidade de troca de produtos a realizar-se em determinada data e lugar. De uma forma geral, pode considerar-se feira como um local onde ocorre troca económica que se efectue periodicamente no espaço mínimo de quinze dias. O desenvolvimento das feiras foi potenciado com as festividades religiosas que atraíam visitantes e peregrinos (Rau, 1982).

“As feiras não só contribuíram para a melhoria das relações económicas e jurídicas entre os homens, mas representaram também um papel importante sob o ponto de vista social e cultural. Numa época em que quase toda a população da Europa vivia curvada sobre a terra, o instinto de sociabilidade, inerente a todo o homem, encontrou nessas reuniões a única oportunidade de se expandir” (Rau, 1982: 53). As feiras ofereciam a oportunidade de todos conhecerem o que se passava noutras localidades, histórias e peripécias que hoje perduram no nosso quotidiano. Realizavam em espaços amplos como os rossios (Marques; Serrão, 1986).

Segundo Barros (1885) e Valdeavellano (1934), o mercador era “companheiro do peregrino e do jogral, percorrendo com eles as estradas que conduziam a Santiago de Compostela, a Roma, ao Oriente. Através dos desfiladeiros dos Pirenéus ou dos Alpes, o mercador levava preciosas lendas e ideias colhidas nas suas longas deambulações. Com os seus fardos de mercadorias, ele transportava também os cantares da sua terra, o inesgotável manancial da poesia popular, as suas preocupações, as suas misérias e as suas astúcias” (Rau, 1982: 53).

Em Portugal, foi no tempo de D. Dinis que as feiras tiveram um maior ímpeto comercial, devido ao aumento dos privilégios que eram concedidos aos feirantes e pelo número de terras que eram beneficiadas através deste título. Todas as regiões obtiveram proveitos desse desenvolvimento comercial (Serrão, 1977).

As motivações políticas favoreceram a elevação de algumas vilas devido ao seu desenvolvimento agrícola que contribuíram para o seu crescimento comercial. A feira realizava-se no perímetro do castelo ou na parte interior da muralha. Para o sul, as feiras e mercados localizavam-se no exterior nos denominados “rocios” ou “chãos” (Serrão, 1977). “Nem todas as feiras tiveram grande futuro, devido ao isolamento de certas povoações e ao crescimento das vizinhas, que atraíam mais comerciantes e fiéis. Mas a rede que se estabeleceu na Idade Média mostra o valor do comércio como meio de despertar riqueza e de aproximar os povos” (Serrão, 1977: 353, 354). A venda de bens era realizada em tendas fixas ou móveis, bancos ou no chão e durante o período da feira os funcionários régios tinham a responsabilidade de fiscalizar a troca comercial, assim como o pagamento dos tributos (Marques, 1998).

“A periodicidade das feiras e a sua composição, ou seja, a variedade de tipos de bens que apresentam para venda, são características variáveis no espaço, que permitem conhecer a importância relativa das feiras sob o ponto de vista das respectivas áreas de atracção. As feiras são também uma forma tradicional de distribuição móvel de bens. Consistem em

aglomerações de vendedores em locais estabelecidos, com periodicidade reconhecida e direitos regularizados, que se realizam periodicamente e em datas fixas, aglomerando vendedores de ramos muito diferenciados” (Lema, 1973: 14, 15).

Segundo Pirenne, as feiras que datam do renascimento do comércio, aparecendo as mais antigas no século XI, distinguem-se dos pequenos mercados locais já existentes no século IX. Este autor diferencia feira e mercado baseado nas seguintes características (Rau, 1982):

1 – “Os mercados locais são destinados à provisão de alimentação corrente da população existente no local onde eles têm lugar. Daí a sua realização semanal, a sua esfera de influência muito limitada e a restrição da sua actividade à venda e à compra a retalho. Neles os camponeses dos arredores iam vender alguns ovos, algumas galinhas, “quelques livres de laine ou quelques aunes de drap grossier tissé à domicile”. A natureza das operações aí efectuadas é suficientemente posta em relevo pelo facto de elas se fazerem *per deneratas*, quer dizer, por quantidades não ultrapassando o valor de alguns dinheiros.

2 – As feiras, pelo contrário, constituem o ponto de reunião periódica de mercadores de profissão. São centros de troca por grosso onde se procura atrair, fora de qualquer consideração local, o maior número de homens e de produtos. Podem comparar-se a uma espécie de exposições universais porque elas não excluem nada nem ninguém; todo o indivíduo, qualquer que seja a sua nacionalidade, todo o objecto negociável, qualquer que seja a sua natureza, têm a certeza de serem bem acolhidos. Por isso é impossível efectuá-las mais de duas vezes por ano no mesmo local, tal é a preparação que a sua realização necessita” (Rau, 1982: 56, 57).

A feira e o mercado local diferem em grandeza e natureza. Para Huvelin, “la foire ou le marché est le rendez-vous périodique de vendeurs et d’acheteurs, en des lieux fixes, avec les garanties d’une organisation spéciale” (Rau, 1982: 57). Não havendo uma distinção clara entre estes dois termos até à Idade Média, em que o factor de distinção baseava-se na sua maior ou menor importância (Rau, 1982).

“A feira é o centro do grande comércio que atrai os mercadores de países longínquos, corresponde a uma fase económica mais evoluída e a sua importância depende da prosperidade de um país inteiro. O mercado tem apenas uma influência local ou regional. É desta diferença primordial que Huvelin estabelece outras distinções, que a feira tem uma organização mais perfeita e privilégios mais amplos do que o mercado” (Rau, 1982: 57).

Huvelin estipulou a diferença no grau de importância que entre feira e mercado e a sua influência na organização das sociedades. “A pequena aglomeração primitiva, que mais tarde se tornara a *civitas*, necessita de um núcleo da sua vida política, judicial e comercial, o mercado. A cada clã, a cada *civitas*, corresponde um mercado que de periódico passa a permanente, e acaba por constituir a capital do grupo, a vila. Mas as *civitates* formam confederações, ou dominam aglomerações circunvizinhas. Estas reuniões, num grau superior, denominam-se feiras” (Rau, 1982: 57, 58).

As feiras francas iniciaram-se no reinado de D. Afonso III (1248-1279), mas foi com D. Dinis (1279-1325) que surgiram inúmeras cartas de feira e a instituição de feiras francas em que os feirantes ficavam livres do pagamento de impostos. (Marques, 1998).

Estes privilégios “dados a vilas de importância nitidamente diferente; nem sempre a sua instituição influenciou na prosperidade local devido ao antagonismo de certas prerrogativas municipais. Como foi o caso da feira de Santarém, de 1317, que parece não ter sido proveitosa nem ao rei, nem ao concelho, nem aos feirantes, pois D. Dinis, quatro anos depois de a outorgar, mandou ‘que a não façades daqui adiante’” (Rau, 1982: 166).

Surge a noção de paz de feira, uma protecção que isentava os participantes de responsabilidade civil e em que eram concedidos aos feirantes vários privilégios como andarem armados durante o período da feira e não puderem ser acusados ou presos por crimes desde que não fossem praticados na localidade ou na feira (Rau, 1985).

No caso particular da região da vila da Feira foi no reinado de D. João I, em 1407, que este concedeu ao concelho a realização de uma feira quinzenal, com as liberdades e privilégios que tinha a de Trancoso. Mas antes de marcar o dia exacto em que ela se devia fazer, ordenou el-rei a Domingues Anes da Maia, que se informasse junto de dois ou três homens bons da vila, em que dias havia feiras nos arredores, “e fazedes fazer esta em tal dia que nom faça prejuizo a ellas” (Rau, 1982: 139).

De acordo com Falassi, os eventos designados por “feiras” estão incluídos no que ele designa por festival, definido como uma celebração pública e temática, com uma grande importância social e cultural para a comunidade local (Getz, 1991). Uma vez que as feiras são exposições periódicas de grande relevância histórica e cultural, o evento analisado neste estudo - a *Viagem Medieval em Terra de Santa Maria* - pode então ser considerado uma feira abrangendo diversas áreas como a música, o teatro, a dança, a alimentação, o artesanato, e especialmente a recriação histórica como a representação de um momento histórico, como por exemplo uma batalha ou um torneio, para entretenimento ou como instrumento de interpretação.

Cada edição da *Viagem Medieval em Terra de Santa Maria* envolve um contexto histórico local que se enquadra na história nacional. Os espaços e as áreas temáticas disponibilizados são nomeadamente: o arraial, o castelo, as ceias medievais, a feira, as tabernas e a mouraria / judiaria. “O arraial é localizado nas margens do Rio Cáster e simula alojamentos militares que no passado eram estabelecidos em tendas e tendilhões (tendas mais pequenas), onde os soldados aguardavam a submissão de territórios que tentavam conquistar. Este espaço possui uma vertente lúdico-pedagógica em que é possível reviver a vida quotidiana de um arraial medieval, com uma força militar fortemente organizada” (Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, s/d). Cada edição apresenta novas áreas temáticas como o Sentir do Guerreiro, Sítio dos Tormentos, Treino dos Escudeiros, Subida às Ameias, as Ordens Militares, entre outras.

O espaço do Castelo é caracterizado e estruturado a partir do salão nobre, envolvendo os restantes espaços habitacionais (a cozinha, a copa, os aposentos, as muralhas, o poço, a masmorra, entre outros) através da reconstituição do dia-a-dia de um castelo medieval, em que prolifera a convivência de diferentes personagens, desde os senhores à criadagem, passando pelos soldados e lavadeiras. Em edições anteriores, as ceias medievais realizavam-se no castelo e apesar de ocorrerem durante todo o ano, tinham uma maior afluência durante o período em que se realizava a Viagem Medieval, estas são caracterizadas por uma refeição medieval e uma forte componente lúdica. Esta animação era específica para as ceias medievais.

A feira realiza-se no centro histórico de Santa Maria da Feira, com o objectivo de reproduzir o ambiente de compra e venda e de troca de mercadorias, recriando o ambiente e as personagens associadas a este período como: o almocreve, o tamanqueiro, o latoeiro, o cordoeiro, o queijeiro, o padeiro, o carnicheiro, o vendedor de licores, os mendigos, os saltimbancos, os músicos e os malabaristas.

As tabernas localizam-se no perímetro da Viagem Medieval e funcionam como espaço alimentar e de confraternização, ao som de música alusiva à época medieval. Por fim, o espaço da mouraria e judiaria encontra-se localizado na denominada zona de merendas. Estes são espaços onde, no passado, se podiam encontrar pessoas de diferentes nacionalidades, costumes, modos de vida e diferentes indumentárias (Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, s/d). A cetraria ou falcoaria, espaço dedicado à demonstração de aves de rapina; a liça, espaço onde se realizam as justas e torneios; o lago dos feitiços, espaço dedicado ao oculto; lazareto, local onde as pessoas permaneciam em quarentena aquando um surto de peste; estalagem, local de acolhimento e descanso dos visitantes; e também,

o sukh, que reproduz os mercados árabes de periodicidade semanal (www.viagemmedieval.com). As mourarias onde anteriormente viviam as populações árabes eram orientadas para o pátio interior, espaço exclusivamente feminino, enquanto o pátio da mesquita era frequentado somente por homens (Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, s/d). Alguns destes espaços foram criados especificamente para uma determinada edição de acordo com o contexto histórico a recriar.

A animação dispersa (de rua) durante a Viagem possui pontos específicos de actuação é constituída por música, dança, malabarismo, andas, cuspidores de fogo, manipulação de objectos, espectáculos de fogo e personagens medievais. A animação âncora está relacionada com a recriação de textos realizada por grupos e associações locais. Durante o período da Viagem existem também espectáculos e cortejos como: O Voo das Águias, a Música Medieval, as Justas Medievais, o Toque de Encruzilhada, o Festim, o Grande Torneio, a floresta Encantada e os Jogos de Tabuleiro (Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, s/d).

A cada dia do evento encontra-se associada uma passagem histórica. Os temas dos cortejos também estão relacionados com o enquadramento histórico da Viagem Medieval. Os espaços disponibilizados vão permanecendo em todas as edições e no caso de ser pertinente para alguma edição da Viagem são adicionados outros espaços.

4.2. Processo de Organização

A entrevista ao administrador executivo da Feiraviva e responsável pela organização da Viagem Medieval, Dr. Paulo Pais, realizada a 10 de Outubro de 2011 (na sede da Feiraviva), permitiu esclarecer algumas questões específicas da organização deste evento.

Em 1996, duas técnicas de Turismo Dra. Ana Nadais e Dra. Cristina Perestrelo, tiveram a iniciativa de apresentar um projecto à Câmara Municipal que consistia na organização de uma feira medieval no interior do Castelo. O objectivo do evento tinha em vista a dinamização do castelo a nível turístico. Esta foi a 1.^a edição da Feira Medieval e contou com o apoio da Federação das Colectividades. A designação posterior para Viagem está relacionada com o facto de ser uma viagem no tempo. A duração é actualmente de 11 dias.

Em Outubro do ano anterior, foi feita uma reflexão sobre qual o enquadramento histórico a definir (origem da nacionalidade), seguindo a cronologia histórica pura e a sua referência local. A próxima edição terá como tema o reinado de D. Sancho I.

A Feiraviva controla todo o projecto, financia e trabalha em parceria com a Federação na vertente associativa (animação e restauração). Desde 2000, o modelo do Conselho Executivo da Viagem Medieval que inclui elementos das três entidades (Feiraviva, Câmara Municipal e Federação) reúne-se uma vez por semana a partir de Outubro.

Desde 2000 até 2011 as entidades estrangeiras têm diminuído e a participação das entidades locais tem aumentado. Os visitantes são maioritariamente de nacionalidade portuguesa e cada vez mais espanhola, é um conceito de família dos '8 aos 80'.

Inicialmente, o financiamento rondava setecentos mil euros e a Câmara participava com quinhentos mil euros. A edição de 2011 é de aproximadamente novecentos mil euros sem nenhum apoio financeiro por parte da Câmara. A receita própria é resultante das bilheteiras internas e estacionamento, a venda de pulseiras (228 mil vendidas na edição anterior), o aluguer de espaços de comércio e restauração (250 mil), *merchandising* (100 mil) e os patrocínios nomeadamente a Super Bock (100 mil euros).

O objectivo da Viagem é ser auto-sustentável. Daí a introdução da entrada paga seguindo o conceito de festivais de música em que a aquisição de uma pulseira permite o acesso ao recinto todos os dias e as vezes que desejar, como forma de incentivar o consumo.

Os restaurantes são explorados pelas associações locais e pressupõe um regulamento, candidatura e selecção; a animação é feita através de contratação directa, em que o conteúdo é desenvolvido pela organização e posteriormente elegem o grupo que irá encenar; e o voluntariado através da candidatura e selecção. Um dos critérios subjacentes é histórico de participação.

Na edição deste ano (2012) existe um espectáculo de grande formato, a recriação de uma batalha "Honra e Glória", justas, o Castelo e a Parada do dragão. O espaço está dividido em áreas temáticas e a animação é distinguida pela animação âncora (em que cada dia está representada a história em passagens/episódios por associações e grupos de teatro amadores) e a animação circulante (ou dispersa com pontos específicos de actuação de grupos profissionais).

A promoção é feita através de *outdoors*, *moopies*, televisão, rádios e localmente o Projecto Envolver, dinâmica medieval em que toda a animação âncora é feita por locais (como o projecto de danças medievais). Estes são ensaios abertos em Maio ou Junho em que toda a população local é convidada a participar (como a dinâmica de montras).

A organização desenvolve diferentes acções de envolvimento como *workshop* de decoração, de doçaria, participação em cortejos, apresentação da viagem à população, entre outras.

A avaliação do evento é feita através da elaboração de um relatório da comissão executiva com base em dois elementos-chave: o cliente mistério que posteriormente elabora um relatório acerca do funcionamento e com possíveis sugestões; e o responsável por cada área emite no final da Viagem o seu parecer sobre o olhar do visitante (como relatórios sobre o acolhimento,...).

Relativamente aos impactes económicos, o PIB da Viagem é superior a cinco milhões de euros e quanto aos impactes sócio-culturais é de referir a inclusão social (centros sociais), a criação de cinco grupos de danças e sobretudo a captação de participantes que é considerado mais importante do que a captação de visitantes.

Em termos de localização e acessibilidades destaca-se o eixo Aveiro-Porto e o castelo com a zona envolvente. A capacidade hoteleira da região é insuficiente, sendo por isso necessário recorrer a S. João da Madeira, Espinho e Ovar. Com vista a colmatar esta lacuna, na edição anterior foi criado o campo de tendilhas em que os visitantes têm a possibilidade de pernoitar. Este ano cresceu mais de 100% relativamente ao ano passado, sendo este o segundo em que se disponibiliza este espaço.

Quanto à autenticidade a organização segue a Lei da Paridade, ou seja, a cada área temática de entretenimento corresponde uma área de recriação histórica pura. A identidade da Viagem confunde-se com a identidade do território e das pessoas.

A opção da organização passa por comprar cada vez menos e cada vez mais construir diferenciação e talento. A dimensão da Viagem também é um factor chave comparativamente a outros eventos. Assim como a capacidade organizativa em que mais de 62 pessoas trabalham na Viagem, ou seja, em cada sector existe uma pequena viagem medieval. A dimensão implica riscos, dar diferentes oportunidades a diferentes públicos. Como o drama de D. Afonso Henriques dividido entre o Amor e o Dever (espectáculos para públicos específicos) e o de Honra e Glória (dirige-se para um público de massas).

Em 2012, a Ceia Medieval foi desenvolvida uma vez por mês mas sempre excluída do evento. A ceia deixou de ser realizada porque limitava o acesso ao Castelo, era necessário animação específica e tornava-se um pouco 'elitista'.

As dificuldades são comparáveis às de qualquer projecto. Ou seja, implica uma grande capacidade de trabalho. Este projecto move-se através da energia e paixão de todos os en-

volvidos. Por fim, o entrevistado acrescenta que a sociedade civil já tem condições para organizar a Viagem, deixando a ideia a longo prazo de uma possível Viagem Medieval de carácter permanente à semelhança de alguns parques temáticos na Europa.

4.3. Aplicação ao Estudo de Caso

Relativamente à interpretação e autenticidade em que se destaca a técnica *living history* como forma de interpretar o património, ela obedece a um determinado enquadramento histórico nacional e a sua aplicação na realidade histórica local.

O castelo tem o papel central na reconstituição, pois é a primeira imagem que o visitante identifica com a época medieval e também o centro da acção.

A experiência proporcionada procura ser autêntica através do vestuário, gastronomia, animação e artesanato enquadrada no espírito medieval. O visitante, apesar de integrar a acção, não deixa de entender que é uma encenação. É de realçar o rigor no contexto histórico e no regulamento que é necessário cumprir pelos grupos e associações que exploram os espaços e os que integram a animação.

A Viagem Medieval é um exemplo da aplicação da técnica História ao Vivo em que existe uma componente pedagógica, proporcionando aos visitantes a apreensão de alguns conceitos e factos históricos, património e costumes associados à época.

Este evento respeita as fases que compreendem o seu desenvolvimento como a escolha do tema e do local (adequando a história local à nacional recriada no centro histórico da cidade), a preparação da acção com acções de envolvimento e esclarecimento aos grupos e associações que participam no evento, assim como à população e voluntários. No decorrer da acção os participantes têm em atenção a tarefa que lhes foi designada e, por fim, a avaliação em que são analisadas as impressões dos participantes e os relatórios dos grupos e seus responsáveis. No entanto, é de realçar que esta técnica tem por base a autenticidade e o envolvimento dos participantes e não uma representação teatral. Provavelmente, esta lacuna deve-se ao facto de os grupos locais, criados com o objectivo de desenvolver a animação do evento, e apesar de terem objectivos, adereços, personagens e acção definida, dependerem em parte da liberdade e espontaneidade desses mesmos grupos (não profissionais). Esta desvantagem é, contudo, compensada pela criação de postos de trabalho, aumento das receitas para os grupos e para a região.

Este evento serve de dinamizador do próprio castelo que é o elemento identificador da época medieval e dos espaços museológicos da região. O evento serve como estímulo à

curiosidade não só das crianças e jovens mas, também, dos visitantes em descobrir a história local e nacional, como um determinado rei ou acontecimento histórico.

Em edições anteriores, quando o evento se realizava no mês de Junho, eram desenvolvidas visitas de estudo de escolas oriundas de todo o país, o que com a alteração da data para o mês de Agosto deixou de existir. Seria interessante que este tipo de actividades fossem novamente desenvolvidas durante a preparação da Viagem e até a elaboração de trabalhos manuais ou de pesquisa que pudessem ser apresentados, posteriormente, nalgum espaço dedicado aos mais jovens aquando da realização do evento.

De acordo com Falassi, o festival é definido como uma celebração pública e temática, com uma grande importância social e cultural para a comunidade local e, apesar de haver diversos significados de festival, este autor considera que os festivais incluem os eventos designados de “feiras”. O evento analisado neste estudo pode ser considerado uma feira, uma vez que as feiras são exposições periódicas de grande relevância histórica e cultural. Este evento pode ainda ser considerado uma feira por abranger diversas áreas como a música, o teatro, a dança, a alimentação, o artesanato, e especialmente a recriação histórica como a representação de um momento histórico, como por exemplo uma batalha ou um torneio, para entretenimento ou como instrumento de interpretação.

Relativamente à organização dos eventos, verificou-se que a definição de uma estrutura organizacional requer flexibilidade, distribuição adequada de tarefas, definição do papel de cada elemento (voluntário ou não) dentro da organização e, acima de tudo, a gestão e coordenação dos recursos humanos. De uma forma geral, é possível concluir que a realização de um evento pode implicar custos e recursos reduzidos, sendo fundamental a participação e o apoio da comunidade e dos grupos voluntários que dinamizam este tipo de eventos.

A Viagem Medieval tem por base uma estrutura organizacional que compreende um conselho executivo que está dividido por áreas como logística, animação, imagem e comunicação, equipamentos desportivos e educação ambiental. Os responsáveis por cada área têm definido um conjunto de tarefas como a realização de acções de envolvimento, que se dirigem a públicos diferentes e com objectivos específicos. Durante o período da Viagem é efectuado o controlo, a análise e a avaliação final do evento.

Em termos de comunicação e promoção são utilizados diferentes meios de comunicação local, regional e a nível nacional, o que contribui para a captação de novos visitantes e a fidelização dos que já participavam em edições anteriores. É possível concluir que existe

uma forte divulgação deste evento por parte de todos os envolvidos na organização, o que permite a promoção da imagem do concelho.

Relativamente aos potenciais impactes sócio-culturais e económicos positivos do evento, estes referem-se à criação de emprego na região que é reforçado pelas palavras do responsável pela organização e também pelo presidente da Federação das Colectividades, nomeadamente na área da confecção, restauração, hotelaria, carpintaria e animação.

Os grupos de animação criados são uma forma de não contratar grupos profissionais, assegurar postos de trabalho, originando o retorno das receitas para a região; a afluência de visitantes a cada edição; divulgação da cultura, gastronomia e costumes; melhoramento das infra-estruturas; aumento do consumo (restauração e artesanato) e da taxa de ocupação hoteleira. Também a promoção do concelho e a imagem de Santa Maria da Feira associada à Viagem permite a divulgação de outros eventos como o *Imaginarium*, a Terra dos Sonhos, a Festa das Fogaceiras e a valorização do património como o castelo, o Museu Convento dos Lóios ou o Museu do Papel. E, ainda, divulgar outros recursos e atracções turísticas como as Termas de S. Jorge, o Europarque ou o Centro de Ciência – *Visionarium*.

Quanto aos impactes sócio-culturais e económicos negativos, estes referem-se à insuficiente oferta hoteleira e zonas de estacionamento e à degradação do património (castelo). Este evento tal como um festival (música, gastronomia,...) está sujeito a um excessivo número de visitantes. Na edição de 2013 estima-se que passaram cerca de 50 mil pessoas por dia num total de, aproximadamente, 500 mil durante o período do evento. Este tipo de eventos associado ao turismo de massas encontra-se sujeito à ocorrência de alguns episódios cujo controlo não é fácil. A massificação que advém de eventos desta dimensão associada a factores como o álcool, cansaço, problemas no estacionamento podem levar a um aumento da criminalidade como pequenos incidentes que já foram retratados pelos media.

É importante salientar que cada evento possui características diferentes e únicas, não sendo por este motivo possível definir uma fórmula que garanta o sucesso de um evento. No entanto, a satisfação dos visitantes e o envolvimento da comunidade local facilitam o seu sucesso.

Réplicas deste evento, com algumas variações, têm-se desenvolvido um pouco por todo o País, correndo o risco de uma saturação e perda de valor deste produto para o mercado do turismo. Alguns destes eventos são romarias populares que a pretexto da eventual recriação de um pedaço da nossa história limitam a oferta à animação, gastronomia e artesanato.

to, com vista à adesão popular. Parece evidente que estes eventos terão no mínimo a virtude de divulgar os artesões e a gastronomia local, sendo o seu impacto económico relevante.

Outras vilas e cidades servem única e exclusivamente de palco, ou seja, outros eventos que adquirem de uma forma, diríamos, pré-fabricada ('chave-na-mão'), como uma feira medieval ou na semana seguinte uma feira gastronómica, evento alusivo ao Natal ou Carnaval.

O impacto económico é muito relevante pois, muitas vezes, a economia local está muito dependente deste tipo de eventos onde a agricultura, a indústria e serviços têm pouca expressão e vivem essencialmente do comércio, do artesanato e da gastronomia.

A viagem medieval de Santa Maria da Feira tem algumas características únicas. Está inserida numa região com uma economia bastante diversificada, com boas estruturas rodoviárias e ferroviárias e uma oferta hoteleira de alguma dimensão. É de referir que existem outras ofertas, nomeadamente o Europarque, o Convento dos Lóios, as Termas de São Jorge e outros edifícios públicos e não públicos que servem de apoio a esta Viagem e, também, beneficiam dela.

Esta Viagem e outros eventos culturais como o teatro de rua "Imaginarius", a "Festa das Fogaceiras", a "Terra dos Sonhos" e o Festival "Sete Dias Sete Luas" têm uma importância económica relativamente significativa, sobretudo para as associações culturais e para o turismo local como forma de divulgação, pois as receitas que advêm destes eventos e, em particular da Viagem Medieval, auto-sustentam a mesma, servindo ainda de apoio para o desenvolvimento das associações locais. Esta independência económica permite uma maior liberdade de acção, criatividade e interacção com a população local através das associações como já foi referido anteriormente.

Como se pode verificar, este evento começa a ter raízes profundas e motivadoras para a população local, dinamizadoras de atividades como a gastronomia, artesanato, teatro e música. É de sublinhar que este evento motiva e apela à participação de toda a população através das associações e de empresas e nalguns casos extravasando os limites do município que é bastante vasto e dinâmico e apelando muitas vezes a alguma colaboração dos municípios vizinhos.

A Viagem Medieval tem todas as condições para continuar a ser um projecto de sucesso desde que a espontaneidade e a interacção com a população não se sobreponham ao rigor histórico e pressão dos visitantes e não transforme este evento numa simples feira igual a

tantas outras. Apostar na inovação e originalidade, provavelmente através de novas formas de acesso ao evento, como uma interligação entre o acesso ferroviário e rodoviário (linha do norte estações Ovar e Espinho); a criação de um centro de interpretação da história medieval; um maior aproveitamento do perímetro do castelo, provavelmente com concertos de música medieval (trovas); dar mais ênfase à reconstituição histórica, e em que o acesso a estes espectáculos poderá ser pago, de forma a convidar grupos de carácter profissional nestas áreas e, assim, dar resposta a outro tipo de público com outro grau de exigência e que procuram um maior enriquecimento pessoal e cultural.

4.4. Análise SWOT da Viagem

Para melhor avaliar este evento, tornou-se relevante desenvolver uma análise SWOT, da qual se salientam os seguintes pontos:

Ambiente Interno	Pontos Fortes	<ul style="list-style-type: none"> - Boa localização e acessibilidades do concelho; - A topografia da cidade facilita a deslocação; - O envolvimento e o apoio da comunidade local; - Capacidade da organização da Viagem em assumir este compromisso, tentando sempre superar as expectativas dos visitantes; - Imagem pública apelativa que coloca o concelho em lugar cimeiro em termos turísticos e culturais; - Razoáveis recursos financeiros que têm vindo a permitir gradualmente que a Viagem se auto-sustente; - Valorização do artesanato; - Retorno das receitas para o concelho; - Animação âncora; - O empenho na valorização e no rigor do enquadramento histórico e na recriação histórica; - Mobilização e empenho dos grupos voluntários nas diferentes áreas; - Rigor por parte da organização que os participantes devem seguir (vestuário, objectos de uso pessoal, utensílios de cozinha, produtos oferecidos aos visitantes); - A envolvimento e o ambiente recriado para que traduza o mais realisticamente possível a vivência na época medieval; - Postos de informação distribuídos pela área da Viagem; - Existência de sinergias entre os intervenientes de forma a otimizar e rentabilizar este e outros projectos; - A disposição do espaço e a divisão em áreas temáticas propicia ao visitante uma experiência diferente e mais abrangente do que outras feiras medievais existentes.
------------------	----------------------	--

	Pontos Fracos	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidade de alojamento turístico da região insuficiente para a procura que ocorre durante o evento; - Zonas de estacionamento insuficientes para dar resposta às necessidades dos visitantes; - Massificação e mediatização poderá conduzir a alguns impactes sociais negativos.
Ambiente Externo	Oportunidades	- Captação de um público cada vez mais culto e exigente e com maior poder de compra.
	Ameaças	- Concorrência em outras áreas do país com produtos semelhantes.

Tabela I – Análise SWOT

É possível verificar através desta análise que o sucesso desta Viagem Medieval se baseia na boa acessibilidade do concelho e no espaço envolvente da cidade que permite uma organização ampla com espaços bem definidos, inclusive facilita a acessibilidade a pessoas com necessidades especiais. As sinergias que esta feira provoca na comunidade é um dos vectores do seu sucesso. Ou seja, a profunda interacção e disponibilidade entre os diversos intervenientes na Viagem (município, comércio, associações culturais e artísticas e participantes a título individual) resultam num dinamismo colectivo em torno do objectivo comum, a construção da Viagem Medieval. É evidente que existem algumas lacunas, nomeadamente na oferta a nível do alojamento (que não corresponde às necessidades da procura turística) e das zonas de estacionamento (que são insuficientes).

Esta Viagem é um espaço de visibilidade não só para o concelho como para toda a região envolvente, sendo uma oportunidade única para a divulgação e comercialização do artesanato, da gastronomia local, entre outros produtos. A componente histórica é o elemento aglutinador e motor que serve de motivação para o convívio entre os visitantes e os residentes. Só a permanente inovação, mas mantendo a sua identidade, marcará a diferença entre esta Viagem e outros eventos deste género.

De uma forma geral, é possível concluir que a realização desta Viagem Medieval está directamente relacionada com o empenho e a dedicação de todos aqueles que intervêm na

Viagem, incluindo o forte apoio dos grupos voluntários que dinamizam este evento. Apesar da realização de um determinado evento não implicar grandes custos e recursos financeiros para que o evento tenha êxito, no caso da Viagem Medieval existe sobretudo uma grande eficácia a nível da organização do evento, reflectindo acima de tudo uma grande preocupação com as necessidades dos participantes e visitantes que acorrem à Viagem, sem caírem no erro de considerarem a Viagem como uma aposta ganha, mas sim encarrando-a em cada uma das suas edições como se fosse a primeira.

Quanto aos potenciais impactes económicos e sócio-culturais desta Viagem, são na generalidade francamente positivos, o que se reflecte no retorno das receitas conseguidas para o concelho, no crescente número de visitantes em cada nova edição da Viagem Medieval, na possibilidade de dar a conhecer aos visitantes os costumes, a história e a cultura local, assim como os seus produtos a nível de artesanato e de gastronomia e a promoção do concelho. Em suma, promove o desenvolvimento turístico desta região. No entanto, podem-se gerar alguns impactes sócio-culturais negativos, que se podem traduzir numa possível degradação de algum património histórico, nomeadamente o castelo, e alguns impactes normalmente associados a um turismo de massas. É de salientar que tendo em consideração a periodicidade anual deste evento e a sua curta duração os impactes negativos gerados serão diminutos. Sendo, também, de acrescentar que, durante o período do evento, grande parte das atividades são realizadas na área circundante do castelo.

Considerações Finais

O concelho de Santa Maria da Feira é hoje um dos grandes pólos culturais e turísticos da região norte, servido por excelentes vias rodoviárias, ferroviárias e aéreas. É um local privilegiado para visitar, tendo uma série de equipamentos culturais (como por exemplo o Europarque), tendo alguns estabelecimentos hoteleiros de qualidade, e diversos eventos, de que se destaca o Imaginarius, a Festa das Fogaceiras e aquele sobre o qual incide este estudo, a Viagem Medieval. Este evento, que teve o seu início em 1996, realiza-se em grande parte na zona envolvente do Castelo e no próprio Castelo, isto é, no centro histórico de Santa Maria da Feira. O espaço é amplo, de fácil acesso, o que permite a distribuição desta Viagem por diversas áreas ou espaços temáticos.

Um dos motivos do sucesso desta Viagem é que ela se identifica com a própria história da cidade. É de sublinhar a importância da mobilização da comunidade local, que participa de uma forma activa na construção desta Viagem, quer a título individual, quer associados em grupos de carácter cultural, que participam tanto na animação e reconstituição histórica como na área da restauração. É de salientar que alguns destes grupos foram criados com o objectivo de participar neste evento.

Em termos económicos, podemos considerar que os resultados desta Viagem são bastante positivos, nomeadamente porque parte das receitas são destinadas aos grupos e associações do concelho que participam e que são posteriormente utilizadas nas suas actividades. Estas receitas substituem os possíveis subsídios que a Câmara Municipal destinaria a estes grupos. Em relação aos comerciantes e artesãos que participam, é possível afirmar que têm obtido lucros que justificam a sua presença, porque têm mantido a sua presença em sucessivas edições, verificando-se ainda um número crescente de interessados em participar.

Concluindo, este tipo de eventos tem uma importância fundamental na economia das regiões, não só porque o investimento é diminuto, tendo um retorno tanto em termos turístico, económico e sócio-cultural superior ao investimento, como também porque provoca profundas sinergias entre os residentes, visitantes e entidades públicas e privadas. Parece evidente que este tipo de eventos corre o risco de se diluir no meio de tantos outros que são levados a efeito em outros locais e que muitas vezes são só um pretexto para fazer uma festa numa determinada localidade. Ou seja, estes eventos só têm razão de ser se estiverem enraizados nas localidades. Devem estar associados a um rigor organizativo que consiga mobilizar toda a comunidade local.

A resposta que poderá ser dada pela Viagem Medieval em Terra de Santa Maria a esta massificação e descaracterização é manter uma identidade própria, um equilíbrio entre a inovação e as tradições, responder às necessidades dos visitantes tanto em termos logísticos como em termos de mobilidade. Melhorar o espaço destinado à Viagem, criando novas áreas temáticas, muitas delas interactivas, levando a que o visitante não seja só um mero espectador, mas um elemento activo dentro da própria Viagem.

Permitia-me sugerir que fosse criado um espaço para a leitura e declamação de textos poéticos e narrativas deste período, de forma a divulgar a literatura medieval. A organização poderia promover ainda um espaço adequado a debates sobre este período histórico, procurando a colaboração de historiadores, entre outros, e uma interligação com as universidades, permitindo aprofundar este período.

Em termos turísticos, considero que este tipo de eventos, desde que possuam uma componente de rigor e em que a história não seja só um pretexto para realizar uma festa, irá dar resposta a um tipo de turismo cultural que cada vez mais procura não um turismo de massas, habitualmente identificado com o produto sol/praias, mas sim um turismo com uma componente cultural elevada, com padrões de qualidade superiores e a que normalmente está associado um maior poder económico. A sustentabilidade deste tipo de eventos também passa por dar resposta a este tipo de turistas cultos, que procuram um maior enriquecimento pessoal através do contacto com as origens.

Finalizando, apesar da existência de um regulamento que serve como matriz à realização deste evento e que entre outras definições determina quais os tipos de materiais adequados, a verdade é que o visitante depara-se com a existência de uma gastronomia e artesanato que não são claramente identificados com o período medieval e que são facilmente adquiridos em qualquer tipo de eventos como num festival gastronómico ou numa feira de artesanato. Por um lado, os alimentos utilizados na confecção de um prato ou simplesmente numa doçaria são estabelecidos pelo regulamento; por outro, não é analisado se o resultado final é ou não um produto específico da época medieval.

Provavelmente, esta não será uma questão muito preponderante para o desenvolvimento deste evento até porque, como é descrito em vários artigos sobre a Viagem Medieval e pelas palavras dos principais responsáveis, os lucros obtidos e a projecção que a região obtém com o evento serão suficientes para não se perderem com questões deste género. Contudo, se o perímetro do espaço da Viagem fosse um pouco inferior, facilitaria um maior rigor histórico relativamente aos alimentos e artesanato adquiridos, o que não significaria que o número de visitantes fosse diminuir e, consequentemente, também o volume de re-

ceitas. Pelo contrário, poderia captar um segmento de visitantes com fortes motivações culturais, maior poder de compra e que procura um maior enriquecimento pessoal.

Considero importante para a evolução e reinvenção deste evento encontrar um ponto de equilíbrio entre o rigor histórico e a procura, tendo em conta que a linha condutora desta manifestação cultural é a História e esta é construída por pessoas e pelo seu imaginário. Assim, também, será contada a história desta Viagem Medieval.

Bibliografia

- APOM (1986), *História ao Vivo – Propostas de Animação Cultural*, Lisboa
- Ashworth, G., Tunbridge, J. (1990), *The Tourist-historic City*, Belhaven Press, London
- Bárcia, P. (1990), *Manual de História ao Vivo*, Ministério da Educação, Terramar, Lisboa
- Bromley, R. (1971), *Markets in the Developing Countries*, Geography, London
- Briguglio, L., Butler, R. (1996), *Sustainable Tourism in Islands & Small States – Case Studies*, Cassel, London
- Cooper, C., Fletcher, J. (2001), *Turismo - Princípios e Prática*, Bookman, Porto Alegre
- Cunha, L. (2013), *Introdução ao Turismo*, Lidel, Lisboa
- Cunha, L., Abrantes, A. (2013), *Economia e Política do Turismo*, Lidel, Lisboa
- Delors, J. (1996), *Educação – Um Tesouro a Descobrir*, Edições Asa, Rio Tinto
- Duarte, A. (1993), *Educação Patrimonial*, Texto Editora, Lisboa
- Fairclough, J. (1994), *A Teacher's Guide to History through Role Play*, English Heritage, London
- Fairclough, J., Redsell (1998), *Living History*, English Heritage, London
- Getz, D. (1991), *Festivals, Special Events and Tourism*, Van Nostrand Reinhold, New York
- Getz, D. (2007), *Event Studies*, Elsevier, UK
- Hall, C. (1992), *Hallmark Tourist Events*, Belhaven Press, London
- Inskeep, E. (1991), *Tourism Planning – An Integrated and Sustainable Development Approach*, John Wiley & Sons, Inc., New York
- Lema, P. (1973), *As Feiras no Norte de Portugal – Contribuições para o seu Estudo Geográfico*, Centro de Estudos Geográficos, Lisboa
- Lickorish, L., Jenkins, C. (2000), *Introdução ao Turismo*, Editora campus, Rio de Janeiro
- Marques, A. H. (1980), *Ensaio de História Medieval Portuguesa*, Editorial Vega, Lisboa
- Marques, A. H., Serrão, J. (1996), *Nova História de Portugal*, Editorial Presença, Lisboa
- Mathieson, A., Wall, G. (1982), *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Longman, Harlow
- Mattoso, J. (1985), *Portugal Medieval – Novas interpretações*, Imprensa Nacional, Lisboa

- Mattoso, J. (1989), *O Castelo e a Feira*, Imprensa Universitária, Editorial Estampa, Lisboa
- Rau, V. (1982), *Subsídios para o Estudo das Feiras Medievais Portuguesas*, Editorial Presença, Lisboa
- Rau, V. (1985), *Estudos de História Medieval*, Editorial Presença, Lisboa
- Timothy, D., Boyd, S. (2003), *Heritage Tourism*, Prentice Hall, England
- Uzzell, D. (1992), *Heritage Interpretation*, Belhaven Press, London
- Watt, D. (1998), *Event Management in Leisure and Tourism*, Longman, Harlow
- Watt, D. (1994), *Leisure and Tourism Events Management and Organization*, Longman, Harlow
- Yale, P. (1991), *From Tourist Attractions to Heritage Tourism*, ELM Publications
- Yeoman, I. (2004), *Festival and Events Management*, Elsevier, UK

Web

- www.monumentos.pt (Acedido em 05/10/2010)
- www.ippar.pt (Acedido em 05/10/2010)
- www.cm-feira.pt (Acedido em 02/09/2011)
- www.castelodafeira.com (Acedido em 04/06/2012)
- www.europarque.pt (Acedido em 02/09/2011)
- www.viagemmedieval.com (Acedido em 05/07/ 2005)
- www.ocsp.pt (Acedido em 22/10/2011)
- www.repositorium.sdum.uminho.pt (Acedido em 10/06/2012)
- www.imaginarium.pt (Acedido em 02/09/2011)
- www.aeportugal.pt (Acedido em 14/07/2012)

Anexos

Anexo I - ENTREVISTA AO RESPONSÁVEL PELA ORGANIZAÇÃO DA VIAGEM MEDIEVAL – Dr. PAULO PAIS

1. Como surgiu a ideia e a designação de *Viagem Medieval em Terra de Santa Maria*?
Quais os objectivos que estiveram subjacentes à sua criação?
2. Como é que procedem à escolha do contexto histórico? Qual a metodologia seguida no desenvolvimento do evento?
3. Qual o papel da Câmara Municipal na organização deste evento?
4. Que entidades participam na organização da Viagem?
5. Quais as fontes de financiamento que sustentam este evento?
6. Considera que a localização / acessibilidades de Santa Maria da Feira são uma mais valia para o evento?
7. Qual o número de colectividades e associações locais, nacionais e internacionais presentes na edição deste ano?
8. Como é realizado o processo de recrutamento dos participantes no evento?
9. Quais são as áreas temáticas e principais actividades da Viagem Medieval deste ano?
10. Entre as actividades que referiu, quais as que considera terem mais receptividade por parte do público?
11. É possível tipificar o género de público deste evento (nacionalidade, faixa etária,...)?
12. Que tipo de estratégia de promoção (marketing) é utilizada para promover este evento?
13. Como é realizada a avaliação do evento (processo de organização / interacção dos participantes, promoção, ...)?
14. Como se reflete a introdução da entrada paga no número de visitantes?
15. Na sua opinião quais os potenciais impactes (económicos e sócio-culturais) deste evento para o concelho?
16. A capacidade hoteleira da região é suficiente para dar resposta a todos os visitantes / participantes no evento?
17. Quais as dificuldades para o desenvolvimento da Recriação Histórica em Portugal?
18. Como manter a autenticidade histórica e, simultaneamente, dar resposta à necessidade de permanente inovação?

19. Com a emergência de vários festivais medievais pelo país, quais são os pontos fortes desta Viagem Medieval comparativamente com outros festivais medievais realizados em Portugal?

Anexo II - Regulamento de Participação para a Exploração de Espaços

Segundo o regulamento disponível de participação para a exploração de espaços na Viagem Medieval, o centro histórico da cidade será a base onde os participantes vão poder estabelecer os seus espaços (Praça da República, Praça Gaspar Moreira, Alameda Dr. Roberto Vaz de Oliveira, Largo do Rossio, Rua do Rossio e Margem do rio Cáster). Este regulamento é respeitante à edição da Viagem Medieval de 2005 onde foi introduzida uma moeda para circular no recinto da feira. Nas edições seguintes, não voltou a ser introduzida.

“Os candidatos seleccionados que pretendem exercer a sua actividade (desde que o objecto da mesma não seja o comércio de produtos alimentares) no Largo do Rossio e na Rua do Rossio, estão obrigados ao pagamento de uma taxa de 20% sobre os valores da participação: Artesãos (100 euros), Mercadores (275 euros), Regateiras / Regatões com ponto de venda fixo (275 euros) e Regateiras / Regatões sem ponto de venda fixo (100 euros). A estes valores mencionados, acresce também um cheque caução no valor de 500 euros, que será devolvido no final do evento, caso o participante não cause danos ou desrespeite, seja a que título for, o presente regulamento.

Na eventualidade da candidatura não ser aceite, as referidas quantias são devolvidas na totalidade. A organização reserva-se o direito de atribuir condições especiais de participação, segundo critérios a definir.

Relativamente, aos critérios de apreciação estes têm como base a atribuição dos espaços, por ordem decrescente de importância: rigor histórico e colaboração na animação (40 %), originalidade e qualidade das propostas (40%) e histórico de participação (20%).

O júri selecciona as melhores candidaturas, indicando cinco suplentes, os quais substituem qualquer um dos participantes, em caso de desistência ou exclusão.

A organização reserva-se o direito de recusar as candidaturas que não se adequem aos objectivos do evento ou que, por qualquer outro motivo, sejam consideradas prejudiciais ou inconvenientes. No caso de se decidir pela não atribuição, os concorrentes deverão ser notificados dessa decisão. A decisão do júri não é passível de recurso.

A participação em edições anteriores da Viagem Medieval não constitui garantia de participação nas edições seguintes. A aceitação será notificada por escrito aos candidatos após a apreciação das candidaturas. Em caso de desistência, o participante deverá informar a

organização até trinta dias úteis antes do início do evento, sob pena de não lhe ser restituído o valor de participação.

Os deveres e obrigações dos participantes são os seguintes:

- a) Durante o período de realização da Viagem Medieval os participantes só podem vender ou produzir exclusivamente os materiais e os produtos que forem aprovados pelo júri da presente consulta;
- b) Os participantes têm que decorar os seus espaços, os quais devem obedecer às seguintes orientações: os motivos e materiais utilizados na decoração do ambiente devem recriar a época medieval; a identificação do espaço deve ser feita através de materiais como papel pardo, lousa, tecido ou madeira; e os vendedores têm de estar obrigatoriamente trajados nas tendas. Os trajes podem ser adquiridos ou alugados junto da organização ou confeccionados sob a sua orientação;
- c) Cada participante é responsável pela limpeza e segurança interna dos espaços, bem como pelos seus bens;
- d) Os participantes devem afixar logo no primeiro dia do evento os preços dos artigos, nos termos da legislação vigente, em lugares visíveis, utilizando para o efeito suportes como o papel pardo, madeira ou lousa;
- e) O preçário deve manter-se inalterável desde o início do evento até ao seu encerramento, sob pena de sanções e consequente exclusão da feira;
- f) Todos os produtos vendidos neste espaço devem ser embrulhados, se necessário, em papel pardo, cartão, serapilheira e pano-cru, sem quaisquer inscrições publicitárias, podendo ainda ser utilizados fios de sisal ou algodão;
- g) O uso de materiais plásticos é expressamente proibido, sob pena de perder o valor do cheque caução;
- h) Os participantes ficam obrigados a manter os espaços abertos ao público durante o período e horário de funcionamento da feira. Na impossibilidade de cumprir o horário estabelecido, os participantes devem solicitá-lo por escrito à organização, requerendo o horário que pretendem cumprir. O incumprimento do horário estabelecido, assim como o encerramento por motivo injustificado dão lugar à perda do cheque caução;
- i) As tendas devem estar devidamente equipadas até às 24 horas, do dia anterior à abertura, podendo ser efectuada a montagem a partir das 09 horas. O levantamento dos materiais deverá ser efectuada entre as 8h e as 12h do dia seguinte ao encerramento;

- j) Para os regatões, as tendas devem estar devidamente equipadas e concluídas no prazo de 24 horas antes da abertura do evento;
- k) Aos regatões é proibida a confecção de qualquer produto de panificação e pastelaria, sendo apenas permitida a sua cozedura e venda;
- l) Os participantes não podem publicitar no interior ou no exterior das tendas qualquer marca ou produto;
- m) Os participantes comprometem-se a aceitar e utilizar exclusivamente a moeda em circulação na feira (ceartil), sob pena de penalização e consequente exclusão do evento;
- n) Os participantes devem sujeitar-se a acções de avaliação e supervisionamento por parte da entidade organizadora, inclusive em espaços reservados;
- o) A equipa de avaliação e supervisionamento reserva-se o direito de confiscar os materiais e produtos que não tenham sido aprovados pelo júri da presente consulta e consequentemente não se ajustem aos objectivos do evento. Todos os produtos confiscados são devolvidos, pela mesma equipa, no último dia do evento;
- p) Os participantes devem respeitar a legislação vigente sobre direitos do consumidor, bem como o regulamento de publicidade, mobiliário urbano e ocupação dos espaços públicos em vigor no município de Santa Maria da Feira;
- q) É da responsabilidade dos participantes zelar pelos seus produtos e pela sua tenda (mesmo que esta seja cedida pela organização), em caso de condições climatéricas adversas, como a chuva;
- r) Os participantes devem precaver-se de protecções para as suas tendas (oleados ou outros). A sua utilização deve ser limitada em casos de evidente necessidade e devem ser retirados imediatamente após comunicação da organização.

Quanto aos deveres da organização passam pela atribuição de tenda em madeira com cobertura; instalação eléctrica (apoio técnico durante o evento); limpeza do recinto da feira; animação e segurança do espaço público (não sendo da responsabilidade da organização eventuais furtos ou danificação de materiais). A feira da Viagem Medieval possui características especiais na medida em que se trata de uma feira temática e, que se pretende, de cariz medieval. Neste sentido, não deve ser interpretada como uma habitual feira de artesanato.

As tendas que a organização faculta são constituídas por uma estrutura em madeira com a respectiva cobertura impermeabilizada, apresentando duas tipologias: com balcão com as

respectivas medidas 2,40m (frente), 1,90m (altura) e 1,27m (fundo) e sem balcão com as medidas 2,50m (frente), 1,90m (altura) e 2,20m (fundo).

As tendas não possuem qualquer sistema de fecho nem mobiliário. Por este facto, os participantes devem providenciar uma cobertura de tenda para ser utilizada durante o período de encerramento da feira. Não é permitida a utilização dos logótipos da Viagem Medieval, Câmara Municipal de Santa Maria da Feira, Federação das Colectividades ou Feira Viva. A sua utilização pode ser autorizada mediante pedido expresso à organização e implicará o pagamento de uma quantia, que será definida caso a caso. A não submissão a este procedimento implica a exclusão do evento e perda do cheque caução.

Os candidatos seleccionados não podem ceder a terceiros a sua posição contratual, seja a que título for, sob pena de ficarem adstritos ao pagamento de uma cláusula penal no valor de 300 euros no caso dos artesãos e 825 euros no caso dos regatões /regateiras. O fornecimento de louça, gás butano, carvão vegetal, cerveja, sumos sem gás e água natural é exclusivo da organização.

O envio da candidatura implica a aceitação deste programa de consulta/regulamento. O incumprimento das obrigações assumidas pelos participantes determina a extinção do direito de participação, sem que haja lugar à exigência de indemnização e consequente perda do reembolso do cheque caução. Este processo decorre da seguinte forma: chamada de atenção, repreensão por escrito, exclusão imediata do evento e perda do cheque caução, e por fim a extinção do direito de participação em edições futuras. Aos casos omissos aplicam-se as disposições legais em vigor.

Consideram-se produtos e materiais medievais de produção nacional: animais vivos e produtos do reino animal (gado asinino, bovino, caprino, cavalar, muar, ovino e suíno); peixe fresco ou seco; mel e cera; produtos do reino vegetal (cereais e arroz, legumes e hortaliças, corantes, especiarias, fruta seca e fresca); gorduras (azeites vários, sebo, unto, manteiga, toucinho); produtos industriais alimentares (farinha, manteiga, queijo, sal, vinho, vinagre); produtos minerais (azeviche, corais, pez e tomento); produtos das indústrias químicas e conexas (alcatrão, alvaiade, anil e outras tintas, breu, cinzas, círios, enxofre, pez, resina); peles e couros (peles várias, couros vários, alforjes, arreios, bainhas, bolsas, barris de couro, correias, látegos, luvas, odres, selas); madeira, carvão, cortiça (madeira e lenha, artigos de mobiliário, tonéis, vassouras, cortiça); papel; matérias têxteis (lã, linho, estopa, fiado, feltro, sedas, panos de várias qualidades, alfaia doméstica); calçado; chapéus; construção civil, cerâmica (louça, lamparinas, espelhos, giz, telha, mós, tijolo, vidro, cal); ourivesaria (ouro, prata, pedras preciosas); metais (aço, chumbo, cobre, estanho, ferro, la-

tão, alfaia doméstica); artigos navais, artigos militares, alfaia agrícola; pentes, adornos, penas; material de transporte (barcas, batéis, carroças, carros de mão, cestas, gigas); e armas e munições.

Quanto às regras de higiene e segurança alimentar que devem ser seguidas:

- a) Deve ser respeitado o *lay-out* definido para cada espaço;
- b) Todas as instalações devem ser mantidas limpas e em boas condições, de forma a evitar o risco de contaminação dos géneros alimentícios e a presença de animais nocivos;
- c) Devem ser previstos meios eficientes de lavagem e secagem higiénica das mãos junto aos pontos de água (dispositivos de sabonete líquido e toalhetes de papel), que são da responsabilidade dos participantes.
- d) Todos os estabelecimentos que confeccionem alimentos devem ser dotados de condições frigoríficas (frigoríficos, caixas frigoríficas e isotérmicas) e equipamentos apropriados para a manutenção e controle das temperaturas de conservação (termómetros);
- e) Os produtos alimentares expostos nos exteriores dos estabelecimentos devem estar em recipientes próprios, pelo menos a 20 cm do solo e ao abrigo das condições climáticas ou de outros factores poluentes;
- f) Cada espaço deve possuir um contentor que se possa fechar para depósito dos resíduos alimentares e outros. Estes não devem ser colocados em locais onde são manipulados alimentos, devendo ser de fabrico adequado.
- g) Os espaços devem ser dotados de meios eficazes de combate contra incêndios;
- h) Os espaços destinados ao público não devem ser ocupados com vasilhame e outros utensílios;
- i) A limpeza dos pavimentos deve efectuar-se sempre com pano húmido, ficando interdita a varredura a seco;
- j) O pessoal do estabelecimento deve apresentar-se sempre com cuidadosa higiene corporal, deve ter as unhas cortadas e limpas, efectuar lavagem frequente das mãos com sabão e reduzir ao mínimo o contacto destas com os alimentos, deve utilizar vestuário adequado e limpo que confira protecção;
- l) Não é permitido que a pessoa responsável pela caixa de pagamento seja também manipuladora de alimentos.

- m) O pessoal do estabelecimento deve ser portador de documento comprovativo da realização de exames periódicos de aptidão física e psíquica para o exercício da actividade (manipulador de alimentos) e em como não sofre de qualquer doença contagiosa ou de pele;
- n) Todos os artigos, aparelhos e equipamentos devem ser mantidos rigorosamente limpos e em bom estado de conservação, não sendo permitido o uso de louças e copos danificados;
- o) Os talheres, pratos e copos só devem ser colocados nos balcões ou mesas pouco antes de se iniciarem as respectivas refeições;
- p) Os talheres e todos os utensílios de madeira utilizados no consumo dos alimentos, que não são revestidos com produto adequado, não podem ser reutilizados;
- q) Quando os géneros alimentícios destinam-se a ser conservados ou servidos frios devem ser arrefecidos o mais rapidamente possível após a fase final de processamento pelo calor, até uma temperatura de que não resultem riscos para a saúde;
- r) Devem ser armazenadas nas devidas condições de conservação, amostras de todos os pratos confeccionados pelo menos 24 horas;
- s) Não é permitida a confecção nos espaços de qualquer produto de panificação e pasteleria, apenas sendo permitida a sua venda” (www.viagemmedieval.com).